

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE INVERSIÓN PARA UNA ORGANIZACIÓN NO
GUBERNAMENTAL EN LA APERTURA DE UNA TIENDA QUE COMERCIALICE
PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO,
DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN.”**

Trabajo de Graduación Presentado por:

Escamilla Canales, Karla Patricia
García Surio, Verónica Isabel
Nochez García, María Magdalena

Para Optar al Grado de

Licenciado en Contaduría Pública

Octubre 2010

San Salvador, El Salvador, Centro América

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	: Máster Rufino Quezada Sánchez.
Secretario	: Licenciado Douglas Vladimir Alfaro Chávez.
Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas	: Master Roger Armando Arias Alvarado
Secretario de la Facultad de Ciencias Económicas	: Master José Ciriaco Gutiérrez.
Director de la Escuela de Contaduría Pública	: Licenciado Juan Vicente Alvarado Rodríguez.
Coordinador de Seminario	: Licenciado Roberto Carlos Jovel Jovel.
Asesor Especialista	: Lic. Juan Vicente Alvarado Rodríguez
Asesor Metodológico	: Lic. Víctor René Osorio Amaya
Jurado Examinador	: Master Juan Vicente Alvarado Rodríguez Master Jhonny Francisco Mercado Carrillo

Octubre del 2010.

San Salvador, El Salvador, Centro América.

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a DIOS, por darme la vida, y su sabiduría a lo largo de mis estudios, a mis padres Edmundo Nochez y Irma García de Nochez por apoyarme en todas mis decisiones, por su ayuda económica y su amor incondicional, a Julián Rivera Piche por brindarme su apoyo y cariño, a mi hermana María Guadalupe Nochez de Canales y su esposo por haberme brindado su ayuda desde un principio en mis estudios ,a mis compañeras de trabajo de graduación por su paciencia y amistad brindada, a sus mamás por su buena atención, gracias a mis hermanos (as) por su cariño, gracias a toda mi familia y amigos.

Maria Magdalena Nochez García.

"Bendice, alma mía, a Jehová, y no olvides ninguno de sus beneficios". Agradezco a Dios, por darme la bendición de culminar este proyecto tomado de su mano, a mis padres Carlos Escamilla y Elodia Canales por creer en mí, aconsejarme y apoyarme incondicionalmente, a mis hermanas Claudia de Ramírez y Nancy Escamilla, por su comprensión, opinión y paciencia, a mi cuñado Ubaldo Ramírez por el consejo brindado, a mis amigas y amigos que me facilitaron este proceso con su ayuda y apoyo de diversas maneras, a mis compañeras de trabajo de graduación por su constancia, paciencia y cariño.

Karla Patricia Escamilla Canales.

Durante mi vida y mi carrera universitaria he sido muy bendecida por Dios, a quien doy mi más grande agradecimiento por su inmenso amor, agradezco a la persona que me ha amado y apoyado en mi vida, mi madre María Guadalupe Surio, agradezco a mis hermanos Luis Alonso García Surio y Rafael Enrique García Surio por ser mi apoyo y por darme su incondicional amor, a todos mis familiares, amigos y compañeras de trabajo de graduación que estuvieron siempre dispuestos a darme su tiempo, ayuda y amistad.

Verónica Isabel García Surio.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	I
INTRODUCCION.....	III
CAPÍTULO I: SUSTENTACIÓN TEÓRICA, TÉCNICA Y LEGAL.....	1
1.1. GENERALIDADES DE LAS ARTESANÍAS.....	1
1.1.1 ORIGEN DE LAS ARTESANÍAS.....	1
1.1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS.....	1
1.2 ENTORNO ECONÓMICO DEL MERCADO DE PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.....	2
1.2.1 ENTORNO ECONÓMICO.....	2
1.2.2 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.....	3
1.3 BASE TEÓRICA SOBRE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.....	3
1.3.1 CONCEPTO DE PROYECTO.....	3
1.3.2 TIPOS DE PROYECTOS.....	3
1.3.3 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.....	4
1.3.4 ESTUDIO DE MERCADO.....	6
1.3.5 ESTUDIO TÉCNICO.....	6
1.3.6 ESTUDIO ECONÓMICO.....	6
1.3.7 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	7
1.3.8 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	7
1.4 CONCEPTOS E IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	7
1.4.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	7
1.5 GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO.....	8
1.5.1 ANTECEDENTES.....	8
1.5.2 DEFINICIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO.....	8
1.5.3 SITUACIÓN ACTUAL.....	8
1.6 MARCO LEGAL DE REFERENCIA.....	9
1.6.1 MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO EN EL SALVADOR.....	9
1.6.2 TRAMITES PARA LEGALIZAR UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.....	11
CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL CASO PRACTICO.....	12
2.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	12
2.1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA LA ASOCIACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO COMUNAL DE EL SALVADOR (CORDES).....	12
2.1.2 ASPECTOS INSTITUCIONALES.....	12
2.1.3. NATURALEZA DE LA EMPRESA Y DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....	15

2.1.4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	16
2.1.5. ANÁLISIS DEL AMBIENTE O ENTORNO.....	22
2.1.6. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	23
2.1.7. ANÁLISIS FODA.....	25
2.1.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MINICIPIO DE SUCHITOTO.	26
2.1.9. INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN.....	27
2.1.10. PLAN DE PERSONAL.....	27
2.1.11. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTABLE.....	30
2.2. EL PROYECTO DE INVERSIÓN.....	31
2.2.1. ANÁLISIS TÉCNICO.....	31
2.2.2. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO. FLUJO DE FONDOS.....	40
2.2.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	47

ANEXOS

ANEXO N° 1. RESUMEN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA.

ANEXO N° 2. CONCLUSIONES IMPORTANTES DE LA INVESTIGACIÓN.

ANEXO N° 3. CUESTIONARIO DIRIGIDO A CONSUMIDORES DE ARTICULOS
ARTESANALES

ANEXO N° 4. CUESTIONARIO DIRIGIDO A PRODUCTORES DE ARTICULOS
ARTESANALES.

ANEXO N° 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO
A CONSUMIDORES.

NEXO N° 6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A
FABRICANTES DE PRODUCTOS ARTESANALES.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad de proyecto de inversión para una organización no gubernamental en la apertura de una tienda que comercialice productos artesanales, se originó de la necesidad de promover el desarrollo económico de los asociados a CORDES (Asociación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal en El Salvador), siendo esta quien proporcionará los recursos financieros para la ejecución del proyecto.

Dicho proyecto, busca principalmente la apertura de un nuevo mercado donde los interesados en asociarse a la cooperativa y los socios ya existentes, tengan la oportunidad de ofrecer sus productos de manera segura y confiable; perfilándose así, como una de las tiendas que ofrezcan los mejores productos elaborados con pequeños detalles artesanales de buena calidad y bajos costos.

La tienda funcionará bajo las líneas de CORDES, esta es una organización con misión y visión solidaria que trabaja en pro de la comunidad, organizada en cuatro regiones; siendo objeto de estudio la Región II Cuscatlán–cabañas, específicamente el Municipio de Suchitoto, donde se realizó un estudio de mercado a los consumidores potenciales y a los fabricantes de productos artesanales de la zona.

Al realizar el estudio de mercado, se observó la disposición de los artesanos a formar parte de una asociación que pudiese ayudarles a impulsar sus productos. Mientras que, los consumidores se encuentran en la disposición de adquirir los productos elaborados por manos Salvadoreñas, pues acuden a este Municipio turístico con el objetivo de comprar este tipo de artesanía.

Con la tienda se busca hacer del conocimiento a los turistas y habitantes, la calidad del trabajo artesanal que se realiza en el Municipio y en el interior del país, al mismo tiempo obtener ingresos para los productores que trabajen en conjunto con CORDES; esto se realizará por medio de publicidad en diferentes medios.

El recurso humano a utilizar en la tienda son los productores y el personal administrativo; el presupuesto de inversión es la suma de gastos necesarios para la ejecución del proyecto, incluyendo el acondicionamiento del local, el equipamiento del área administrativa, material promocional y equipo para participar en ferias, además del capital de trabajo requerido para el buen funcionamiento del proyecto. El presupuesto inicial de inversión estimado es de US\$ 55,240.00 de los cuales se solicitarán a CORDES el 100%.

Se determinó la factibilidad del proyecto por medio de los siguientes métodos de análisis de inversión: Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto y Análisis de Sensibilidad; reflejando que este proporcionará beneficios futuros.

INTRODUCCION.

Los negocios actualmente se encuentran en un proceso de cambio constante, en el que muchas decisiones de hoy pueden variar en el futuro, tomando en cuenta los niveles de incertidumbre en una economía, la cual cambia constantemente, se hace necesario hacer estudios de factibilidad de proyectos de inversión, desarrollando diversos análisis para identificar las diferentes alternativas u oportunidades.

Por lo tanto esta investigación tiene por objetivo realizar un documento que permita presentar el “Proyecto de factibilidad de inversión para una organización no gubernamental en la apertura de una tienda que comercialice productos artesanales”, con esto se busca conocer la oportunidad de apertura de un mercado y realizar un material de apoyo para otras empresas que decidan expandirse del mismo modo.

La investigación está conformada por dos capítulos los cuales se detallan a continuación:

El capítulo I contiene una breve descripción teórica de las artesanías, origen, y conceptualización de las mismas; adicionalmente se describe el entorno económico del Municipio. Finalmente la base teórica y práctica para desarrollar un estudio de factibilidad, considerando los tipos de proyectos, ciclo de vida, estudio de mercado, técnico y económico.

A demás se detallan una breve reseña histórica y definiciones de las organizaciones sin fines de lucro (ONGS).

En el capítulo II se detalla el desarrollo del caso práctico en el cual se realizó una evaluación económica y financiera del proyecto de inversión, por medio de métodos tales como: Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto y Análisis de Sensibilidad. En el cual se evaluó la factibilidad del proyecto para la nueva tienda, que comercializara productos artesanales en el Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán.

CAPÍTULO I: SUSTENTACIÓN TEÓRICA, TÉCNICA Y LEGAL.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE INVERSIÓN PARA UNA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL EN LA APERTURA DE UNA TIENDA QUE COMERCIALICE PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO, DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN.

1.1 GENERALIDADES DE LAS ARTESANÍAS.

1.1.1 ORIGEN DE LAS ARTESANÍAS.

En años anteriores no se contó con instituciones que dieron auge a los productos elaborados artesanalmente, no obstante, existió un desarrollo laboral evidenciado en las artes y artesanías localizadas en centros como: el Tazumal, San Andrés, Quelepa, Joya de Ceren, en los cuales se detectó que existió dos tipos de artesanías una destinada a ritos religiosos y otras que se han ido incorporando hasta llegar a las artesanías modernas.

Las artesanías más antiguas son: los petates, tumbillas, redes, matatas, hamacas, entre otras, no se sabe a ciencia cierta el punto de partida de origen de artesanías en El Salvador, aunque evidentemente surgieron para solventar la necesidad de poseer objetos, vestidos y otros para su mayor comodidad.

1.1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS.

“Son aquellas manifestaciones materiales tradicionales, utilitarias y anónimas, elaboradas manualmente o utilizando herramientas sencillas con fines estéticos, rituales y de esparcimiento. Las artesanías están determinadas por las necesidades, el recurso, el medio geográfico y por el proceso histórico de cada pueblo”.¹

“Las artesanías es una actividad que realiza un artesano de manera natural y no existe una división del trabajo. Los productos no se producen en serie, si no uno en uno con

¹ Proyecto de una empresa artesana , El Salvador, Biblioteca Universidad Francisco Gavidia, 2003

variaciones individuales de color, diseño, forma de dibujo, etc. y con frecuencia de acuerdo a las exigencias en particular complaciendo los gustos del cliente”.²

1.2 ENTORNO ECONÓMICO DEL MERCADO DE PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

1.2.1 ENTORNO ECONÓMICO.

Suchitoto, posee una estructura precolombina, siendo esta uno de sus máximos atractivos; por lo que se ha convertido en un hermoso destino turístico con gran potencial, además, posee una gama de recursos culturales que son parte fundamental de un patrimonio invaluable; haciéndolo vistoso para los turistas, generando una fuente de inversión importante, y por ello han abierto al público diferentes servicios como hoteles, restaurantes, galerías de arte, entre otros, que han contribuido a mejorar el entorno de esta ciudad.

Los Inversionistas afirman que Suchitoto cuenta con la materia prima suficiente, pero hace falta trabajarla, explotarla y darle mantenimiento, para presentarles a los visitantes productos turísticos atractivos, que sean fuente de entrada tanto para sus empresarios como para la economía local.³

El sector turístico es muy importante para la ciudad, aunque todavía no ha logrado involucrar a toda la población en un nivel más óptimo. Una de las demandas de la población es, precisamente, la creación de fuentes de empleo en una forma muy creativa⁴.

² Proyecto de una empresa artesana , El Salvador, Biblioteca Universidad Francisco Gavidia, 2003

³ <http://www.uca.edu.sv/virtual/comunica/archivo/abr202007/notas/nota14.htm> visto fecha (10 de junio de 2010)

⁴ Proyecto de una empresa artesana , Biblioteca Universidad Francisco Gavidia, 2003

1.2.2 GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

Suchitoto, ciudad cuna de historia y cultura, un pueblo colonial antiguo con calles empedradas, vistas panorámicas, hoteles y restaurantes, costumbres y tradiciones, museo, galerías de arte y vida nocturna; que cuenta con una extensión de 329 Km² y con más de 22 mil habitantes. Afuera del casco urbano, existe una gran variedad de naturaleza incluyendo el Lago Suchitlán, Volcán Guazapa, saltos de agua, lugares históricos del país, reservas forestales protegidas y turicentros.

1.3 BASE TEÓRICA SOBRE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.

1.3.1 CONCEPTO DE PROYECTO.

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana. El proyecto surge como una respuesta a una "idea" que busca ya sea la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.”⁵

1.3.2 TIPOS DE PROYECTOS.

Proyectos de Inversión Privada: En este caso, la finalidad del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal forma que permita recuperar la inversión de capital puesto por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto.

Proyectos de Inversión Pública: En estos proyectos, el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución de este, tiene como finalidad el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que

⁵ Sapag Chain, Nassir, “Preparación y evaluación de proyectos”, 3° Edición, Editorial McGraw-Hill Interamericana,

este genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución.

Proyectos de Inversión Social: Su finalidad es generar un impacto en el bienestar social, donde no se mide el retorno económico, más bien la sostenibilidad futura del proyecto, es decir, si los beneficiarios pueden seguir generando más beneficios a la sociedad, aún cuando acabe el período de ejecución del mismo.

Proyectos de Infraestructura: Relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o de uso social, mejorando las condiciones de vida.

1.3.3 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.

Pre Inversión.

En esta etapa se efectuarán diferentes estudios que generen desembolsos por parte de los encargados del proyecto, la finalidad de estos estudios es reducir el riesgo implícito en la ejecución del mismo. La pre inversión lleva consigo la realización de las sub etapas siguientes:

a. Ideas del Proyecto.

Todo proyecto surge de una necesidad que se desea satisfacer, siendo así como el proyectista se formula una idea de cómo resolver esta problemática, planteándose diferentes alternativas por medio de las cuales le podría dar una solución.

b. Estudio de Identificación.

El objetivo en esta fase es tratar de determinar en una forma más general si la idea del proyecto es factible de llevarse a cabo.

c. Perfil del Proyecto.

El perfil de un proyecto y la finalidad de este es ser presentado ante los inversionistas, el proyectista utilizará la información existente para determinar la factibilidad técnica para llevar a cabo el proyecto.

d. Estudio de Prefactibilidad.

En el estudio de prefactibilidad se elaboran los aspectos más detallados del contenido del proyecto, donde los niveles de incertidumbre se van despejando para la toma de decisiones.

e. Estudio de Factibilidad.

El avance del estudio de factibilidad involucra el análisis de otros aspectos en más detalle mediante la realización de estudios en diferentes áreas de mercado, técnico, económico, financiero y social, cuyos resultados permitirán tomar una decisión sobre la puesta en marcha del proyecto.

Este estudio es el más completo y se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información. Las variables cualitativas son mínimas comparadas con los estudios anteriores. El cálculo de variables financieras y económicas debe de ser lo suficiente demostrativo para justificar su valoración. Además a este nivel la probabilidad de rechazo es casi nula, ya que los datos que se obtienen son más reales y confiables, que las etapas anteriores.

Inversión.

Se planean acciones concretas que aportarán al desarrollo del proyecto, es una de las etapas más importantes de todo el proyecto una vez presupuestado deben realizarse las gestiones correspondientes analizando las diferentes opciones de financiamiento y su respectivo costo, obteniendo así los recursos necesarios para desarrollarlo.

Operación.

Es la ejecución de acciones concretas para sintetizar objetivos a través del proveer de bienes o servicios al sector beneficiario. En esta etapa se ponen en marcha todas las actividades planificadas en etapas anteriores.

Evaluación Ex Post.

Es la evaluación que permite medir los resultados obtenidos en comparación con lo planeado, proporcionando así un aporte al proyecto en ejecución y futuros estudios.

1.3.4 ESTUDIO DE MERCADO.

Dicho estudio se orienta a realizar un análisis de la oferta y demanda de un bien o servicio dentro del mercado y la tendencia que seguirá en el futuro. Igualmente dirá qué clase de clientes son los interesados en los bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

1.3.5 ESTUDIO TÉCNICO.

El objetivo es diseñar como se producirá aquello que se venderá, básicamente define: La ubicación de la empresa, las instalaciones del proyecto, donde obtener los materiales, maquinaria, procesos a usar, el personal necesario para llevar a cabo el proyecto y cuanto costara todo esto.

1.3.6 ESTUDIO ECONÓMICO.

El objetivo principal del estudio económico es determinar el presupuesto de ingresos, costos y gastos del proyecto, así como proyectar los Estados Financieros, con el fin de determinar datos relevantes que sirvan de parámetro para las decisiones acerca del mismo.

1.3.7 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

El propósito del estudio de financiamiento es determinar la manera de captar recursos de capital a fin de destinarlos a la inversión que se realizará. La ejecución depende en gran medida de que existan los recursos financieros para efectuar los pagos y adquisiciones en los plazos oportunos.

1.3.8 EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

Mide la rentabilidad del proyecto, determinando la aceptación o rechazo de parte de los inversionistas. Dentro de la evaluación se hará uso de diferentes criterios y técnicas, en función de los flujos de efectivo futuros del proyecto, donde se determinará la rentabilidad. Los métodos de evaluación a utilizar son: Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto y Análisis de Sensibilidad.

1.4 CONCEPTOS E IMPORTANCIA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN.

1.4.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser: humanos, materiales y tecnológicos. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.⁶

La importancia de evaluar un proyecto reside en el hecho de determinar si este es viable y rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para quienes promuevan dicha inversión.

⁶ Graterol Rodríguez, María Luisa. Proyecto de Inversión [En línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml> [Consulta 06 junio 2010]

1.5 GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO.

1.5.1 ANTECEDENTES.

Los organismos no gubernamentales en El Salvador obtienen su auge en la década de los ochenta, durante éste tiempo existió el soporte económico de países colaboradores, dependencias, organizaciones internacionales y otros.

La administración del apoyo económico internacional era controlada por el gobierno y sus dependencias, existiendo cierta inconformidad en los gobiernos extranjeros. Fue así que el gobierno de El Salvador dispuso crear ciertos organismos, los cuales tendrían como objetivo el manejo de la cooperación extranjera, destinada a animar el desarrollo de la población salvadoreña, estableciéndose así los Organismos no Gubernamentales (ONG'S).

1.5.2 DEFINICIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO.

“Es una entidad cuyo fin no es la consecución de un beneficio económico. Suelen tener la figura jurídica de asociación, fundación, mutualidad o cooperativa, y por lo general reinvierten el excedente de su actividad en obra social”.⁷

1.5.3 SITUACIÓN ACTUAL.

En la actualidad, las organizaciones sin fines de lucro se han diversificado, convirtiéndose en fuentes de apoyo para los agricultores, artesanos, y otros; expandiendo así el mercado y presentando nuevas oportunidades de empleo para estos.

⁷ Wikipedia. Organización sin ánimo de lucro. [En línea]. Disponible en: >http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_sin_%C3%A1nimo_de_lucro. [Consulta el 6 de junio de 2010].

Las entidades en la actualidad reciben más apoyo de parte de gobiernos del exterior y de fuentes internas, por lo que, cada año deben presentar sus estados financieros y realización de proyectos, lo que le permite al ministerio de Gobernación llevar un control de las asociaciones y fundaciones.

1.6 MARCO LEGAL DE REFERENCIA.

1.6.1 MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO EN EL SALVADOR.

ASPECTOS	NOMBRE DE LA LEY	ART.	DETALLE
Laboral.	Código de Trabajo.	1 119	Su objeto principal es armonizar las relaciones jurídicas entre patronos y trabajadores y está basado en el mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores. Regula lo referente salario.
	Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social y su Reglamento.	7	Inscribir a la empresa considerando el plazo de 5 días de haber asumido la responsabilidad de patrono, así como afiliar al personal de la empresa en el plazo legal de 10 días a partir de la fecha de ingreso del empleado a la empresa así como la presentación y pago de la planilla de ISSS los primeros 5 días del mes.
	Ley del sistema de ahorro para pensiones	7	La afiliación al sistema será obligatoria cuando una persona ingrese a un trabajo en relación de subordinación laboral. La persona tendrá que elegir una institución administradora y firmar el contrato de afiliación respectiva.

	Ley del sistema de ahorro para pensiones	7	La afiliación al sistema será obligatoria cuando una persona ingrese a un trabajo en relación de subordinación laboral. La persona tendrá que elegir una institución administradora y firmar el contrato de afiliación respectiva.
Tributario.	Código Tributario.	50 Inc. Final	Las fundaciones y corporaciones son excluidas del pago de impuesto sobre la renta.
Tributario.	Ley de Impuesto a la transferencia de Bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA)	La ley	Las asociaciones y fundaciones estarán sujetas a las mismas obligaciones tributarias que establecen las leyes para las personas naturales y jurídicas, en cuanto no estén expresamente excluidas por dichas leyes.
	Ley de Impuesto Sobre la Renta.	6	Las corporaciones y fundaciones de utilidad pública, constituidas con fines de asistencia social, fomento de construcción de caminos, caridad, beneficencia, entre otras siempre que los fines de la institución y en ningún caso se distribuyan directa o indirectamente entre los miembros que las integran. La no sujeción de las corporaciones y fundaciones de utilidad pública deberá ser calificada previamente por la Dirección General de Impuestos Internos y será revocada por la misma al comprobarse
Ley Específica.	Ley de Asociaciones y fundaciones sin Fines de Lucro.	Ley completa	Establece un régimen jurídico especial que se aplicara a las asociaciones y fundaciones sin fines de lucro.

1.6.2 TRAMITES PARA LEGALIZAR UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

Nº	REQUISIOS	LUGAR	LEYES Y ARTICULOS RELACIONADOS
1	Elaboración de escritura pública de constitución.	Ante notario público.	Art. 22 Código de Comercio.
2	Registro de documento constitutivo de la sociedad y demás documentos mercantiles.	Centro Nacional de Registro.	Art. 25 Código de Comercio Art. 13 de Ley de Registro de Comercio.
3	Obtener un número de Identificación Tributaria (NIT) Obtener número de registro de contribuyente (NRC) Solicitud de asignación y autorización de correlativos en documentos de IVA	Ministerio de Hacienda.	Art. 1 y 4 Ley de Registro y Control especial de Contribuyentes al Fisco (LRCSF) Art. 20, 22 y 24 de Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios Art. 115-A Inc. 3 Código Tributario.
4	Legalización de Libros de IVA.	Ante contador público Autorizado.	Art. 435, 438 y 439 Código de Comercio Art. 139 Código Tributario.
5	Inscripción de la Sociedad en la Alcaldía del Municipio donde ejecutará sus operaciones.	Alcaldía Municipal Local.	Art. 18 del Reglamento y Ley General Tributaria Municipal (LGTM) Art. 90 y 93 LGTM.
6	Inscripción inicial de la sociedad en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), para obtención de solvencia o constancia de registro de información estadística.	DIGESTYC.	Art. 14 Ley de Estadística y Censos (LEC).
7	Inscripción patronal en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS).	ISSS	Art. 50 de La Constitución de la República de El Salvador Art. 7 del Reglamento para la Aplicación de Régimen del Seguro Social.
8	Inscripción del personal en la Administradora de Fondos de Pensiones (AFP).	Diferentes AFP.	Art. 7 Ley del Sistema de Ahorro de Pensiones (LSAP).
9	Inscripción de la empresa en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social.	Art. 55 Ley de Organización y Función del Sector Trabajo y Previsión Social (LOFSTPS) Art. 23, 302 y 303 Código de Trabajo.

LOFSTPS: La Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social.

CAPÍTULO II: DESARROLLO DEL CASO PRACTICO.

2.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

2.1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA LA ASOCIACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO COMUNAL DE EL SALVADOR (CORDES).

CORDES es una institución no gubernamental, sin fines de lucro, con mística de trabajo comunitario, que promueve el desarrollo sustentable, la equidad de género, conservación del medio ambiente en comunidades donde la pobreza se vió profundizada por la guerra civil y que no han sido superadas por las políticas de atención del estado.

La Asociación CORDES, nace un 20 de junio de 1988, por decisión de las comunidades repobladas organizadas en el Comité Cristiano Pro Desplazados de El Salvador (CRIPDES) y con el apoyo de organismos humanitarios, religiosos y la solidaridad internacional para promover el desarrollo económico-social autogestionario. Se constituyó jurídicamente en 1991 y tuvo su personería jurídica en 1994. ⁸

2.1.2 ASPECTOS INSTITUCIONALES.

La Asociación CORDES se ha preocupado por trabajar y acompañar a las comunidades rurales de tal forma que puedan garantizar una mejor calidad de vida, lo cual se ha realizado en cada una de las regiones detalladas a continuación:

Región I – Chalatenango: Con una cobertura de 20 municipios y 86 comunidades ubicadas en la Zona Baja, principal productora de cereales y ganadería, la Zona Media,

⁸ Plan estratégico 2,006-2,015 Marco filosófico, CORDES

dedicada a la ganadería extensiva y cultivo de granos básicos y la Zona Alta principal reserva forestal del norte del país.

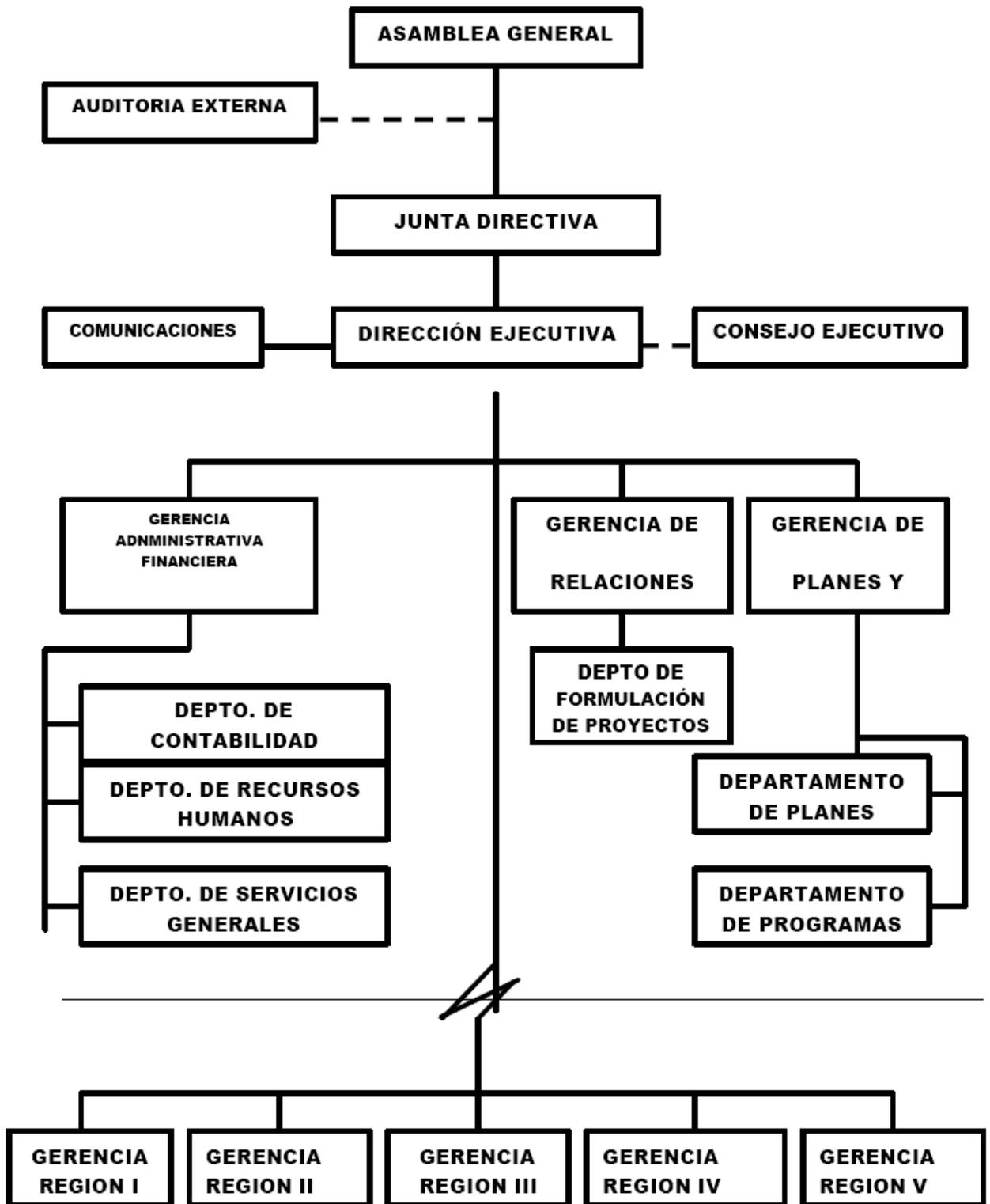
Región II- Cuscatlán-Cabañas: CORDES Acompaña procesos locales en esta región desde 1992. Trabaja con unas 600 familias aproximadamente 3,000 personas de 40 comunidades de los departamentos de Cuscatlán y Cabañas, con una población de 36,897 habitantes y con un territorio de 519.8 km².

Región III – San Vicente / La Paz: En 1992 se inician sus acciones en esta región conocida como el Bajo Lempa. Actualmente acompaña a 49 comunidades aproximadamente a 7,000 familias, ubicadas en los municipios de Tecoluca, en el departamento de San Vicente y Zacatecoluca en el departamento de La Paz.

Región IV - Norte de San Salvador Y La Libertad : CORDES inició en esta zona en 1992, cubriendo el norte del departamento de San Salvador, el norte y el Sur del departamento de La Libertad, actualmente acompaña a 26 comunidades haciendo un total de 1,222 familias.

Región V - Sur de la Libertad: CORDES ayuda a las comunidades del sur de la Libertad desde el año 1990, con un total de 78 comunidades y 2,753 familias.

ORGANIGRAMA DE CORDES



2.1.3. NATURALEZA DE LA EMPRESA Y DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.

Misión.

“CORDES es creada y dirigida estratégicamente por las comunidades rurales, como una asociación sin fines de lucro, para promover y fortalecer de forma equitativa y concertada el desarrollo sostenible de familias salvadoreñas en zonas rurales y sub urbanas vulnerables en lo económico, social, ambiental y político”.

Visión.

“Ser una institución líder en el desarrollo rural sostenible en El Salvador, que considera como centro del desarrollo al ser humano en equidad y en armonía con el medio ambiente, que integra los procesos económicos y sociales de carácter local y nacional e incide en las transformaciones estructurales del país.”

Objetivo General.

Promover, implementar y acompañar integralmente las iniciativas empresariales, desarrollando capacidades en las y los productores, como un medio para el logro de la sostenibilidad económica, social y ambiental que contribuya a mejorar sus condiciones de vida.⁹

⁹ Plan estratégico 2,006-2,015 Marco filosófico, CORDES

2.1.4. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

A. Pre Inversión.

1. Estudio de Identificación.

En la actualidad el Municipio de Suchitoto posee un potencial de consumo de artículos artesanales, tal como se muestra en el cuadro y gráfico N° 6 del cuestionario dirigido a consumidores; identificando así, una oportunidad de negocios en la elaboración de productos artesanales, que satisfagan los gustos y preferencias de los consumidores.

2. Perfil del Proyecto.

Debido al potencial de consumo existente en el Municipio de Suchitoto (Cuadro y gráfico N° 6 del cuestionario dirigido a consumidores), se plantea un proyecto de inversión para la apertura de una tienda dedicada a la distribución de productos artesanales que permitan a los productores locales y asociados a CORDES distribuirlos en el Municipio de Suchitoto.

3. Estudio de Pre Factibilidad.

Suchitoto, municipio del “Pájaro y Flores”, mantiene a flote su economía a través del turismo y el comercio de artesanías. Por esto, el mercado es bastante amplio y con diversas alternativas de producción, para maximizar este recurso se considera necesario un lugar determinado donde presenten la diversificación de los artículos que se producen, en un horario continuo, ya que algunos de los artesanos ofrecen sus productos únicamente en la feria realizada el fin de semana en la plaza central del Municipio.

Según el cuadro y grafico N° 8 dirigido a consumidores artesanales, el lugar adecuado para la instalación de una tienda es la plaza central del Municipio, es ahí donde la mayoría de productores tienen la oportunidad de ofrecer sus artículos y existe afluencia de personas de acuerdo a lo determinado en el cuadro y grafico N° 10. dirigido a consumidores.

4. Estudio de Factibilidad.

El nivel de demanda observado en el Municipio de Suchitoto es bastante alto, considerando que es un Municipio que se está desarrollando como atracción turística, en la cual los habitantes y visitantes en su mayoría prefieren comprar artículos fabricados en la zona según cuadro y graficas N° 6 y N° 8 del cuestionario dirigido a consumidores.

El precio promedio al cual se venden estos productos es variable y accesible dependiendo del tipo de artículo y/o la cantidad dispuesta a invertir (Cuadro y gráfico N° 5 y N° 7 del cuestionario dirigido a los consumidores). Los productores tienen un margen de ganancia aceptable, que les permiten mantenerse dentro del mercado (Cuadro y gráfico N° 8 del cuestionario dirigido a productores de artesanías).

B. Productos.

1. Clasificación del Producto.

Entre los productos que se fabrican en Suchitoto se encuentran las artesanías (de lata, madera, barro), que representan un 46% de la demanda, seguido por los dulces y reposterías (diferentes comestibles a base de frutas) con un 34%, un 18% lo forman los productos textiles (manta, añil, bordados, etc.) y un 2% la bisutería mostrando así variedad hacia la preferencia de los consumidores, según el cuadro y gráfico N° 5, del cuestionario dirigido a consumidores. Por lo que en este momento los gustos y predilecciones de los consumidores son variados.

2. Características del Producto.

Las características principales que actualmente los consumidores de artículos artesanales del Municipio de Suchitoto buscan en los productos que consumen son: Precio, calidad y la apariencia en orden de importancia, como se muestra en el cuadro y gráfico N° 13 del cuestionario dirigido a consumidores. Es importante notar que la mayoría de consumidores

se sienten más atraídos por los precios de los productos, ya que esta relacionado con su poder adquisitivo.

En lo que se refiere a la presentación del producto, según el cuadro y gráfico N° 14 del cuestionario dirigido a consumidores, actualmente el 43% de los consumidores considera que el empaque no es un factor determinante a la hora de hacer la compra, ya que ellos consideran indiferente si el producto tiene o no empaque.

3. Análisis de la Demanda.

La adquisición de artesanías en el Municipio de Suchitoto es de un 100% ya que el total de entrevistados adquirieron un producto de la clasificación presentada, según el cuadro y grafico N° 5, del cuestionario dirigido a consumidores.

Además se observa en el cuadro y grafico N° 10 del cuestionario dirigido a productores, que el 86% de ellos ha pensado en expandir su negocio y producir más por la demanda que poseen.

4. Análisis de la Oferta.

Se puede decir que no existen muchos productores que cuenten con un local adecuado de ventas para atender a sus clientes, de acuerdo al cuadro y grafico N° 2 de la encuesta dirigida a productores, un 91 % distribuye sus productos en ferias artesanales, por lo tanto se pretende que los artesanos del municipio a nivel de grupo se consoliden y puedan ampliar sus oportunidades de oferta de productos, por medio del desarrollo de redes comercializadoras, ferias, hoteles y restaurantes de la zona y especialmente en el punto de venta destinado para que cada uno de ellos pueda ofrecer sus productos.

5. Análisis de Precios.

Los factores que los productores en su mayoría toman en cuenta para determinar el precio de las artesanías que venden se encuentran, el costo de producción y calidad en materia prima, según el cuadro y gráfico N° 7 del cuestionario dirigido a productores.

Los productos artesanales poseen una fabricación detallada y minuciosa dependiendo de lo que se espere crear, de la muestra tomada a los precios de los productos ofrecidos al mercado el 63% le da a sus consumidores productos entre US\$ 1.00 y US\$ 5.00, que van desde adornos, bisutería, monederos, entre otros, seguido de un 15% que ofrece productos entre US\$ 6.00 y US\$ 10.00, que corresponde a carteras, bolsos y un 13% que ofrece sus productos a más de US\$ 10.00, que son hamacas y productos textiles de acuerdo a cuadro y gráfico N° 5 del cuestionario dirigido a productores.

6. Comercialización y Distribución del Producto.

Generalmente los fabricantes para distribuir sus productos, lo realizan por medio de intermediarios y estos a su vez lo hacen en establecimientos comerciales, mercados, aeropuertos y hoteles. La distribución de los productos artesanales usualmente se realiza por los canales de venta directa, ya sea tienda propia del fabricante, hoteles, ferias y/o exposiciones, de acuerdo a la información detallada en cuadro y gráfico N° 2 del cuestionario realizado a productores, el 91% de artesanos del Municipio de Suchitoto distribuyen sus productos en ferias y un 9% realiza su comercialización a través de minoristas y este al consumidor final al detalle por medio de tiendas de conveniencias.

En el cuestionario realizado a consumidores se determinó que, estos prefirieron realizar la compra de sus productos en ferias artesanales (cuadro y gráfico N° 8 encuesta realizada a consumidores), ya que ahí se encuentra variedad de artículos en un mismo lugar, lo que indica que la concentración de productores en un solo punto es una buena oportunidad de comercialización. También se observa en el cuadro y gráfico N° 12 del cuestionario dirigido

a consumidores que reciben un descuento en el precio de los artículos que compran, mientras que otros reciben productos adicionales. Esta es un método que utilizan para conservar la lealtad de sus clientes actuales y atraer nuevos; ya que, en este momento un gran porcentaje no realiza ningún tipo de propaganda (Cuadro y gráfico N° 12 del cuestionario dirigido a productores).

C. Estudio Técnico.

1. Determinación del Volumen de Producción.

En la actualidad se determina el tamaño o volumen de producción según los niveles de demanda que se tienen, y considerando que los artesanos tienen como su mercado una zona turística, ya que ahí es donde originarios y visitantes del Municipio de Suchitoto determinan la frecuencia de consumo.

Algunos productores actualmente tienen la intención de aumentar sus volúmenes de producción, además de ampliar sus operaciones, tal como se muestra en cuadro y gráfico N° 10 del cuestionario dirigido a productores.

2. Localización Óptima del Proyecto.

El elemento que se tomó en cuenta para establecer la localización del proyecto es la afluencia turística que posee la zona, siendo parte de la ruta "Artesanal". La ciudad de Suchitoto ubicada entre el volcán de Guazapa y el río Lempa, es una bonita ciudad con casas y calles de forma colonial, popularmente conocida como la capital cultural de El Salvador. La tienda se ubicará específicamente cerca de la plaza central y de la Iglesia Parroquial, donde asisten lugareños y visitantes, siendo una zona estratégica y accesible.

3. Ingeniería del Proyecto.

Mediante el estudio realizado se determinó que, las artesanías se elaboran en pequeños talleres con mucho recurso humano, físico y mental, complementado con herramientas y

maquinas; para su fabricación se utiliza la siguiente materia prima: Madera, jarcia, palma, textiles, arcilla, metales preciosos, mimbre, tule, cuero, jicro y morro, carey, caucho y hueso, para los dulces y otros se necesitaran diferentes frutos de temporada.

Comúnmente venden sus productos en ferias de artesanías, sin embargo, se requiere de instalaciones más amplias con las condiciones necesarias, para ofrecer un mejor servicio al momento de realizar la venta, por lo que algunos propietarios estarían dispuestos a trabajar en forma asociada con organizaciones que les brinden capacitación empresarial, apoyo tecnológico y financiero (ver cuadro y gráfico N° 16 del cuestionario dirigido a productores).

D. Estudio Económico.

1. Costos de Venta.

Los costos de venta están integrado por la compra de artesanías tales como: bisutería, adornos de barro, lácteos, productos textiles, productos de Belleza, entre otros.

2. Gasto de Administración.

Los gastos de administración en los que se incurrirán son: Alquileres, servicios básicos, artículos de oficina, sueldo, papelería y útiles, comunicaciones y alquiler.

3. Gasto de Ventas.

Los gastos de venta a considerar son: Sueldos y salarios, comercialización (promociones de venta y publicidad), servicios básicos, utensilios, comunicaciones, gastos de transporte, etc.

E. Factibilidad Social del Proyecto.

Los negocios visitadas son normalmente familiares, que generan ingresos y empleos no solo para los miembros de las familias involucrados sino también otras personas, se

procurará que artesanos de la zona, así como de otros lugares sean beneficiados con la apertura de esta tienda, concediendo fuente de trabajo, apoyo técnico y financiero a los diferentes productores de artesanías que se acerquen a CORDES

2.1.5. ANÁLISIS DEL AMBIENTE O ENTORNO.

Variables Políticas y Legales.

Suchitoto, es un Municipio con un alto nivel de organización y tradición de participación ciudadana; los gobiernos locales han diseñado un modelo interesante de participación ciudadana, en donde, cada uno de los 27 cantones y 77 caseríos, eligen al líder que los va a representar en el concejo municipal. Por tanto, cada cantón, tiene un representante en el organismo de máxima autoridad, un mecanismo, y un canal para hacer llegar sus demandas al gobierno municipal y negociar las mismas.

La participación ciudadana y la contraloría social son parte fundamental de la vida cotidiana del Municipio. El gobierno local, realiza reuniones de cabildo con todos los cantones, con ellos establece las prioridades de inversión, los avances en la cobertura de servicios; que identifican, gestionan y evalúan los proyectos.

La existencia de una política de género en el Municipio y los resultados de su implementación son consecuencia de la lucha de las mujeres, particularmente las mujeres del área rural. Los liderazgos actuales, tienen un alto nivel político, organizativo y capacidad movilizadora de toda la población.

Variables Económicas.

En el Municipio de Suchitoto se desarrollan procesos de avance local y turismo sostenible, siendo una actividad económica estratégica que ha permitido abrir nuevas opciones laborales complementarias a las actividades agropecuarias tradicionales, a motivado a grupos comunitarios rurales y grupos de pescadores a organizarse y prepararse para

atender a los turistas atendiendo sus demandas de guías por toda la zona y paseos en lancha por el lago de Suchitlan, hoy las agencias receptoras de turismo, se coordinan con la oficina de turismo del municipio y con algunos hoteles y restaurantes locales para cubrir las demandas de los turistas en términos de servicios y oferta turística en esa localidad.

Variable Sociocultural.

La población actual del Municipio de Suchitoto se estima en: 30.094 personas, de las cuales 20.782 habitan en la zona rural del Municipio (69%) y 9.312 en la zona urbana (31%), concentrándose en el único núcleo urbano existente, el casco urbano.

Comparativamente con otros lugares vecinos, hay un avance importante en el nivel de conciencia ciudadana por la protección de los recursos naturales y culturales; una experiencia muy exquisita, en ese sentido, ha sido, el cambio de actitud de los ciudadanos, que se expresa en una participación activa para su conservación, limpieza y belleza. En ese contexto, el concepto y enfoque de turismo sostenible, ha ido permitiendo que los habitantes adquieran mayor compromiso con la preservación del patrimonio, y comprensión de las políticas y normas municipales orientadas a reducir riesgos ambientales y sociales, que pudieran desprenderse de una actividad turística irresponsable en su Municipio.

2.1.6. ANÁLISIS DEL MERCADO.

Competidores Potenciales.

Los principales competidores son las tiendas cercanas de artesanías las cuales venden sus productos a menor precio, ya que lo adquieren a través de proveedores que no pertenecen a la zona, lo que afecta los ingresos de los productores, sin embargo, sus artesanías gozan de exclusividad y originalidad.

Rivalidad Entre Compañías Establecidas.

La rivalidad es alta a nivel nacional, existen asociaciones posicionadas en el mercado, quienes además exportan a los países Estados Unidos y México entre otros. Además compiten con pequeños grupos de artesanos que se dedican a la elaboración de estos productos.

En Suchitoto existe rivalidad entre todos los que comercializan artesanías, ya que en su mayoría venden artículos similares, solamente pocos productores elaboran artículos de ideas propias.

El Poder de Negociación de los Compradores.

Los consumidores del Municipio de Suchitoto poseen poder de negociación y este representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia de los fabricantes que distribuyen los productos artesanales. Las artesanías que venden son similares, es por esto que los consumidores poseen mayor poder de negociación para los precios de venta.

Los clientes de las artesanías son un factor determinante para establecer la oferta y generar la competencia, exigiendo bajos precios, calidad, y un mejor servicio, obligando a los fabricantes a bajar o mantener precios competitivos para que el cliente no deje de consumir el artículo ofrecido.

El Poder de Negociación de los Proveedores.

El sector artesanal puede escoger entre los diferentes proveedores de determinada materia prima; dichas materias primas, productos semi-elaborados y accesorios son a menudo productos generalizados, de fácil adquisición, por lo tanto sus suministradores carecen normalmente de poder de negociación.

La Amenaza de los Productos Sustitutos.

Los productos tradicionales son sustituidos por productos elaborados en otros países o por artículos similares a los artesanales, sin embargo, la originalidad de los mismos los diferencia de los demás.

Los productos sustitutos no compiten en calidad y originalidad, ya que cada artesanía es elaborada con creatividad y materia prima selectiva por lo que los consumidores al comprar dichos productos se sienten satisfechos.

2.1.7. ANÁLISIS FODA

Fortalezas.

- La ciudad de Suchitoto posee hoteles, restaurantes, información completa de los lugares más turísticos de la zona lo cual han permitido tener un desarrollo turístico acelerado.
- En Suchitoto se localiza el lago Suchitlán, este es uno de sus atractivos más visitados.
- A pocos kilómetros de Suchitoto, se encuentra el Valle de la Bermuda, éste fue la Segunda Villa de San Salvador.
- Los turistas gozan de un Municipio limpio, ordenado, con seguridad, lo cual hace que su estadía sea placentera.

Oportunidades.

- Desarrollo de talleres donde se capacite en la fabricación de artesanías, productos textiles, dulcerías, reposterías entre otros.
- Creación de fuentes de empleo a través de la participación de la población en el desarrollo turístico de la Ruta Artesanal.
- Crecimiento de las expectativas de la población por conocer la historia del pueblo de Suchitoto.

Debilidades.

- La promoción que se realiza no es suficiente, se necesita una mayor publicidad, ya que no ha permitido su explotación turística en su totalidad.
- La vía de acceso, a los lugares que componen esta ruta, es inadecuada para el visitante.

Amenazas.

- La situación económica de la población salvadoreña limita la adquisición de los productos elaborados en Suchitoto, cuando algunos son demasiado costosos para el bolsillo.
- La propaganda que se realizan en otros lugares ofrecen mayores atractivos al turista.
- La falta de estimulación de la población por conocer las tradiciones que se conservan en los lugares que componen Suchitoto.

2.1.8. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

a. Eslogan.

Para crear una imagen más fuerte en la mente de los consumidores y que estos distingan la tienda de productos artesanales, es necesario un eslogan, que les incentive al consumo de los productos que se ofrecen manteniendo así su preferencia. La propuesta de eslogan es la siguiente: ***“Artesanías la moderna y exclusiva”***.

b. Canales de Distribución.

Se utilizará la comercialización y distribución de productos artesanales a través de una Institución no Gubernamental llamada CORDES, por medio de la apertura de una tienda

ubicada en el Municipio de Suchitoto, adicionalmente proporcionará ayuda técnica y financiamiento necesario para que el producto llegue al consumidor potencial.

El precio se estipulará de acuerdo a la inversión inicial más todos aquellos desembolsos que tenga que realizarse hasta que el producto este listo para la venta al consumidor final, en este caso los turista y los residentes locales.

El producto contará con una promoción por radio local y hojas volantes en lugares estratégicos aledaños a la tienda.

Las artesanías serán exhibidas en estantes de mostrador, cámaras refrigerantes, percheros y otros, según lo demande el producto. Los artículos estarán a disposición del consumidor con la mayor calidad, originalidad y sobre todo a un buen precio.

2.1.9. INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN.

La tienda estará ubicada en el Departamento de Cuscatlán, Municipio de Suchitoto, específicamente en la Plaza Central, se arrendará un local aledaño a este.

2.1.10. PLAN DE PERSONAL.

Descripción del Recurso Humano que Posee la Tienda de Productos Artesanales.

Para iniciar operaciones la tienda requerirá del recurso humano detallado a continuación:

- **Encargado de Ventas:** El cual ofrecerá los productos a los compradores y llevará el control de los productos existentes y otras actividades que se requieran.

Datos generales:

Nombre del puesto: **Vendedor de sala**

Ámbito de operación: Área de Ventas

Jefe inmediato: Administrador

Subordinados directos: Ninguno

Unidad: Ventas

Número de personas que ocupan el puesto: 1

Objetivo Básico del puesto: Vender el producto con todos los requerimientos específicos de buena atención al cliente, tratando de satisfacer sus necesidades al adquirir los productos.

Función Principal: Atender a los clientes de la mejor manera posible, tratando de mantener el vínculo entre cliente y empresa.

Actividades: Atender a los clientes que visitan la tienda y mantener aseada el área de ventas.

Especificaciones del puesto: Estudios de bachillerato, conocimiento de atención al cliente y buena presentación.

- **Administrador:** Se encargara de planificar y dirigir las actividades a desarrollar en la tienda.

Datos generales

Nombre del puesto: **Administrador.**

Ámbito de operación: Administrativo y Legal

Jefe inmediato: CORDES

Subordinados directos: Encargado de contabilidad y encargado de ventas.

Unidad: Gerencia

Número de personas que ocupan el puesto: 1

Objetivo Básico del puesto: Garantizar el desarrollo de la empresa en el ámbito contable, ventas y legal, velando por el crecimiento mediante la generación de estrategias que cumplan con los objetivos propuestos.

Función Principal: Diseñar estrategias que permitan optimizar los recursos con los que dispone, y que generen crecimiento en la empresa.

Actividades: Medir los resultados obtenidos que se desean por medio de métodos estadísticos, tomar acciones de acuerdo a los resultados obtenidos, verificar los cumplimientos de las disposiciones legales pertinentes, presentar informes a la Administración sobre situación actual y real de la tienda, mantener y potenciar el crecimiento constante del establecimiento y programar preparativos de inicio y cierre de mes.

Especificaciones del puesto: Graduado en Licenciatura Administración de Empresas, Mercadeo o carreras afines, Conocimiento y dominio del paquete de Office, Conocimiento de nomenclatura de la zona de Suchitoto y conocimientos básicos sobre las artesanías.

- **Contador a tiempo parcial:** Para que realice todo lo relacionado al sistema contable, trámites legales, contables y administrativos.

Datos generales

Nombre del puesto: **Encargado de Contabilidad**

Ámbito de operación: Área de Contabilidad

Jefe inmediato: Administrador.

Subordinados directos: Ninguno

Unidad: Contabilidad

Número de personas que ocupan el puesto: 1

Función Principal: Llevar de forma clara y precisa la información contable y financiera de la tienda y revisar las diferentes anotaciones en los libros, detectar errores o inconsistencias en las operaciones.

Actividades: Presentar la documentación fiscal, contable, administrativa en el momento oportuno en las instituciones correspondientes, presentar los estados financieros a la administración de la tienda, mantener la documentación ordenada y específica para usos financieros y sus respectivos análisis.

2.1.11. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTABLE

La tienda la moderna y exclusiva poseerá diversidad de procedimientos, que permitirán desarrollar sus actividades con regularidad, a continuación se detallan algunos:

Ingresos.

- Al momento de la venta, se emitirá un Comprobante de Crédito Fiscal o Factura de Consumidor Final según sea el caso, se registrará el ingreso en los libros IVA correspondientes y en registros contables.
- El total de las ventas serán al contado.

Proceso Compras y Gastos.

- La tienda realizará gastos en concepto de papelería, servicios básicos, atención a personal, gastos varios, con costos menores a US\$ 30.00, los cuales son tomados de caja chica y son respaldados con vales. El fondo de caja chica es de US\$ 100.00 y el responsable es el administrador de la fundación.

- Se realizará pagos fijos por pago de sueldos y salarios, los cual son liquidados por medio de cheque, se realizan las retenciones laborales, sociales y de impuesto renta.
- Todas las compras y pagos realizados son respaldados con documentación de soporte y entregados al contador de la tienda para realizar el registro respectivo.
- El contador de la tienda realiza el registro clasificando los gastos.
- Los cheques de liquidación de caja chica y pago de honorarios son realizados por el contador y están firmados por el representante legal de la fundación o en su defecto por el apoderado.

2.2. EL PROYECTO DE INVERSIÓN.

2.2.1. ANÁLISIS TÉCNICO.

Tamaño óptimo.

La fundación busca crear una tienda que genere oportunidades a los artesanos ubicados en el Municipio de Suchitoto; para obtener el tamaño óptimo del proyecto, se consideran los siguientes atributos:

a) Demanda:

En la actualidad Suchitoto, es un Municipio en pleno auge turístico, debido a que posee un atractivo singular que llama la atención de turistas nacionales e internacionales, en busca de distracción, paseos de relajación, además pueden realizar la adquisición de artesanías en el parque central, dicho Municipio recibe mensualmente un promedio de 9,000 turistas en temporadas festivas (semana santa, fiestas agostinas, navidad y año nuevo) y en fechas normales 5,000, lo que permite ver a Suchitoto como un atractivo de inversión.

Adicionalmente a las ferias artesanales se realizan diferentes actividades que se detallan a continuación:

- Festival permanente de arte y cultura en febrero.
- Semana Santa sacando a Jesús de Nazaret montado en una burrita, victorioso con palmas.
- Día de la Cruz 3 de Mayo, con procesión, flores, frutos, y dulces para adorar la Santa Cruz.
- Fiesta del aniversario el 15 de Julio destacando el colorido de todos los barrios.
- Festival del maíz en Agosto, como un tributo al grano sagrado.
- Desfile tradicional del INSU (Instituto Nacional de Suchitoto) destacando diferentes culturas 14 de Septiembre.
- Fiestas Patrias el 15 de Septiembre.
- Feriado del añil en el mes de Noviembre.
- Fiestas patronales en honor a la Virgen de Santa Lucia del 6 al 13 de Diciembre con actividades culturales todos los días, enmascarados, carrozas y muchas sorpresas.
- Festival del Cerro Guazapa, 12 de Enero.

De igual forma, CORDES posee contactos en el exterior a los cuales se les dará a conocer los productos que se ofrecen en la tienda que se abrirá, se ofrecerá una diversidad de artesanías, siendo así una opción de compra atractiva a clientes potenciales.

En los primeros 3 meses del proyecto, se dará un apoyo publicitario con el fin de dar a conocer las artesanías que se estarán ofreciendo, además se establecerán alianzas con artesanos del lugar que apoyen el desarrollo del sector artesanal.

b) Suministros de Insumos:

La fundación busca distribuir productos fabricados en Suchitoto por los artesanos y al mismo tiempo distribuir los productos que se elaboran en las diferentes regiones que forman parte de CORDES; en las cuales se elaboran productos tales como: dulces y

repostería, productos de belleza, bisutería, lácteos, entre otros. Por lo que se cuenta con los insumos necesarios para realizar la comercialización de artículos en las instalaciones de la nueva tienda.

c) Descripción Técnica del Producto:

Los artesanos pondrán a disposición de los clientes, siete líneas de productos, ofreciéndoles calidad y precios razonables, en la siguiente tabla se describen los productos que estarán disponibles a la venta, con la apertura de la nueva tienda.

Productos para la Venta.

Línea	Productos
Medicina natural.	Tratamientos capilares, ungüentos, medicina.
Dulcería y repostería.	Manzana, higo negro, cayote, tomate, zapallo, frutilla, pera, naranja, ciruela, conserva de coco, leche y coco.
Artesanía en Barro	Cofres y adornos de todo tipo.
Bisutería	Aretes, collares, accesorios de cabello decorados artesanalmente, anillos y pulseras.
Lácteos	Quesos, crema y leche.
Productos Textiles	Blusas, vestidos, bolsos, faldas y pants elaborada en manta con decorados a mano, o teñida con añil
Productos de belleza	Shampoo, acondicionadores y crema de cabello, cremas para el rostro y antiarrugas.

d) Equipos:

Con la apertura de la nueva sucursal se busca proporcionar a los turistas diversidad de productos artesanales, por lo que se considera necesario arrendar un local y equiparlo, hasta ponerlo en condiciones para realizar las ventas.

e) Financiamiento:

La principal fuente de financiamiento a utilizar en el desarrollo de este proyecto son parte de las donaciones dirigidas a la región de Cuscatlán-Cabañas, para el año 2011, que para la organización en estudio es de US \$ 375,000.00, destinados un 50% para el departamento de Cuscatlán, dentro de lo que se destinara un US\$ 55,240.00, para la apertura de la tienda.

f) Localización Óptima:

Se considera que la localización es buena debido a que la tienda se abrirá en los alrededores del parque central del Municipio de Suchitoto y se trabajará con fabricantes de la zona de Suchitoto. El municipio, posee carreteras accesibles lo que permitirá un fácil acceso para los compradores potenciales, además cuenta con servicios de energía eléctrica, agua y teléfono proporcionando un ambiente agradable para el funcionamiento de la tienda.

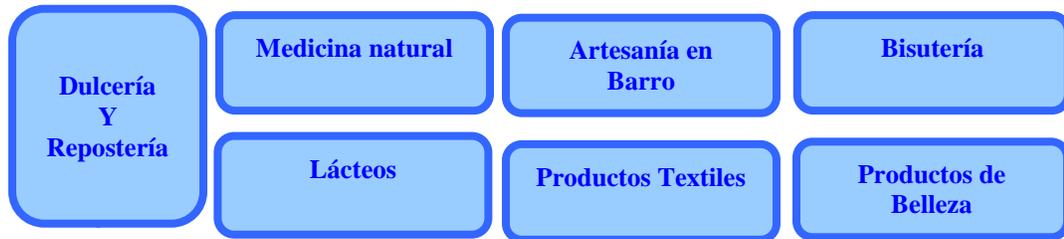
Ingeniería del Proyecto.

Las especificaciones técnicas y procesos de distribución de la mercadería, se detallan a continuación:

- **Alquiler del Local.**

Costo promedio de alquiler del local en Suchitoto US\$ 100.00 mensual.

- **Ubicación de Productos en la Tienda.**
-



Equipos ha Adquirir.

No.	Artículo.	Utilización
8	Vitrinas.	Exhibición de productos.
10	Mesas.	Exhibición de productos.
1	Sala de descanso.	Para presentar al comparador los productos que posee la tienda.
1	Televisor.	Presentar documentales de la preparación de los productos.
10	Estantes.	Exhibición de productos.
2	Percheros.	Exhibición de productos.
1	Cámara refrigerante.	Exhibición y conservación de productos.
4	Sillas.	Utilizarlas por el personal de la sucursal.



- **Mano de Obra Necesaria.**

La mano de obra necesaria para echar a andar la apertura de la tienda será contratada de los alrededores de Suchitoto, este proyecto generará oportunidad de trabajo y diversos beneficios al municipio.

De acuerdo a las actividades y compromisos que se describen se considera que el personal mínimo requerido es el siguiente:

- Un Administrador.
- Un encargado de ventas.
- Un contador a tiempo parcial.

- **Evaluación de Proyecto Social.**

El problema que se enfrenta generalmente en el estudio de un proyecto social es que no se toma en cuenta los objetivos y la naturaleza de la entidad a favor de quien se evalúan las alternativas, si no más bien el impacto o el beneficio económico que puede traer a los pobladores y artesanos del Municipio.

- **Presupuesto de Inversión.**

El presupuesto es la suma de inversiones y gastos necesarios para la ejecución del proyecto. Incluye la adecuación del local, el equipamiento del área administrativa, material promocional y equipo para participar en ferias, además del capital de trabajo requerido para el buen funcionamiento del proyecto. El presupuesto inicial de inversión estimado es de US\$ 55,240.00 de los cuales CORDES proporcionara el 100%.

Resumen del Capital de Trabajo.

En resumen el capital de trabajo requerido para la puesta en marcha del proyecto, durante un año es el siguiente:

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Capital de Trabajo.
Al 31 de diciembre de 2010.

Resumen de Capital de Trabajo	
Concepto	Total
Costos de Distribución	\$ 42,000.00
Productos de Bisutería	6,000
Medicina Natural	6,000
Lácteos	6,000
Productos de Belleza	6,000
Productos Textiles	6,000
Dulce y Repostería	6,000
Productos de Barro	6,000
Gastos de Operación	\$ 8,470
Gastos Administrativos	4,844.00
Gastos de Venta	3,626.00
Capital de Trabajo	\$ 50,470 00

Determinación de Ingresos.

Los ingresos que obtendrá la tienda son básicamente por la venta de las siete líneas de artesanías. En el siguiente cuadro se detallan los precios establecidos en el primer año:

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Detalle de precios de venta.

Nombre del Producto	Precio Unitario (\$) Promedio por Producto
Productos de Bisutería	1.00
Medicina Natural	10.00
Lácteos	3.00
Productos de Belleza	5.00
Productos Textiles	15.00
Dulce y Repostería	1.00
Productos Barro	3.00
Total	38.00

Determinación de Costos y Gastos.

Tomando en cuenta el total de costos y gastos que se deben de cubrir en la implementación del proyecto, en la tabla se refleja el detalle de los costos y gastos para el primer año del proyecto.

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Requerimiento de productos. (Costos)
(Valores Expresados en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.)

Nombre del producto	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Producto anual
Productos de Bisutería	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Medicina Natural	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Lácteos	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Productos de Belleza	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Productos Textiles	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Dulce y Repostería	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Productos Barro	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Costo mensual	3500	42,000											

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Sueldos y salarios mensuales.

Sueldos y salarios	
Administrador	\$ 208.00
Encargado de Ventas	208.00
Contador a Tiempo Parcial.	104.00
Subtotal	\$ 520.00

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Gastos de Administración.
Al 31 de diciembre de 2011

Gastos de Administración.	
Sueldos y salarios	\$ 3,744.00
Papelería y Útiles	50.00
Comunicaciones	150.00
Servicios Básicos	180.00
Alquiler (50%)	600.00
Aseo y limpieza	120.00
Subtotal	\$ 4,844.00

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Gastos de Ventas.
Al 31 de diciembre de 2011.

Gastos de Venta	
Sueldos y salarios	\$ 2,496.00
Comunicaciones	150.00
Servicios Básicas	180.00
Transporte	200.00
Alquiler (50%)	600.00
Subtotal	\$ 3,626.00

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Cuadro de depreciación.
Al 31 de diciembre de 2011.

Concepto	Valor de Adquisición	Depreciación Anual	Depreciación Mensual	Valor en Libros
Vitrinas.	\$ 1,750	\$ 350	\$ 29	\$ 1,400
Mesas.	\$ 200	\$ 40	\$ 3	\$ 160
Sala de descanso.	\$ 250	\$ 50	\$ 4	\$ 200
Televisor.	\$ 300	\$ 60	\$ 5	\$ 240
Estantes.	\$ 800	\$ 160	\$ 13	\$ 640
Percheros.	\$ 310	\$ 62	\$ 5	\$ 248
Cámara refrigerante.	\$ 850	\$ 170	\$ 14	\$ 680
Archivador metálico de tres gavetas	\$ 150	\$ 30	\$ 3	\$ 120
Sillas	\$ 160	\$ 32	\$ 3	\$ 128
TOTAL	\$ 4,770	\$ 954	\$ 80	\$ 3,816

2.2.2. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO. FLUJO DE FONDOS

El flujo de efectivo refleja los ingresos y egresos que tendrá el proyecto, a partir de estos se determina su rentabilidad, la Organización en la que se realiza el análisis se encuentra exenta del pago del Impuesto Sobre la Renta de acuerdo a lo determinado en el artículo 6 de la ley que regula este impuesto. De esta forma, el procedimiento para calcular el flujo de efectivo es sumando los ingresos totales, restando los gastos de producción y gastos de operación, obteniendo como resultado el flujo de efectivo.

A continuación se muestra el saldo de efectivo al final del primer año de operaciones del proyecto, detallando en anexos anteriores.

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Proyecciones para la Ventas en el Primer Año.

(Valores Expresados en Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica)

Nombre del Producto	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Venta anual
Productos de Bisutería	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Medicina Natural	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Lácteos	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Productos de Belleza	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Productos Textiles	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Dulce y repostería	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Productos de Barro	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Ingreso mensual	7,000	84,000											

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Activos a Adquirir para Iniciar Operaciones

Concepto	Precio unitario (\$)	Cantidad	Aporte Grupo Artesanías	Aporte CORDES	Costo total (\$)
Exhibición de productos					
Vitrinas.	250.00	7	0.00	1,750.00	1,750.00
Mesas.	40.00	5	0.00	200.00	200.00
Sala de descanso.	250.00	1	0.00	250.00	250.00
Televisor.	300.00	1	0.00	300.00	300.00
Estantes.	80.00	10	0.00	800.00	800.00
Percheros.	155.00	2	0.00	310.00	310.00
Cámara refrigerante.	850.00	1	0.00	850.00	850.00
Subtotal					4,460.00
Mobiliario de oficina					
Archivador metálico de tres gavetas	150.00	1	0.00	150.00	150.00
Sillas	40.00	4	0.00	160.00	160.00
Subtotal					310.00
Inversión en Activos.					4,770.00

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Estado de Resultado
Al 31 de diciembre de 2011.

Cuenta	Monto US\$
Ventas	84,000.00
(-) Costo de Ventas	42,000.00
Utilidad Bruta	42,000.00
(-) Gastos de operación	8,470.00
Gastos de Administración.	4,844.00
Gastos de Ventas.	3,626.00
Depreciación	954
Utilidad del Ejercicio	32,576.00

Tienda de Artesanías “La Moderna y Exclusiva”.
Flujo de Caja Libre.

Supuesto del Modelo financiero		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Crecimiento Anual Ventas			4%	4%	4%	4%
Ventas Netas		\$ 84,000				
Costo Mercadería	50%					
Gastos de Operación						
Gasto de Administración	\$ 4,844					
Gasto de venta	\$ 3,626					
Tasa de Inflación	1%					
Total de Activos Fijos	\$ 4,770					
Años a depreciar (línea recta)	5					
Costo de Capital	7%					
Tasa de Impuestos	25%					

Resultados Modelo Financiero		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas		84,000.00	87,360.00	90,854.40	94,488.58	98,268.12
Costo de Mercaderías		42,000.00	43,680.00	45,427.20	47,244.29	49,134.06
Gasto de Administración		4,844.00	4,892.44	4,941.36	4,990.78	5,040.69
Gasto de venta		3,626.00	3,771.04	3,921.88	4,078.76	4,241.91
Utilidad de Operación Neta		33,530.00	35,016.52	36,563.95	38,174.75	39,851.47
Depreciación Anual		954.00	954.00	954.00	954.00	954.00
Utilidad antes de Impuestos		32,576.00	34,062.52	35,609.95	37,220.75	38,897.47
Impuestos		8,144.00	8,515.63	8,902.49	9,305.19	9,724.37
Utilidad despues de impuestos		24,432.00	25,546.89	26,707.47	27,915.56	29,173.10
Mas Depreciacion Anual		954.00	954.00	954.00	954.00	954.00
Flujo de Caja Anual		25,386.00	26,500.89	27,661.47	28,869.56	30,127.10
Flujo de Caja Descontado al presente	\$ (55,240)	23,725.23	23,146.90	22,580.00	22,024.45	21,480.21
Flujo de Caja Acumulado al presente		23,725.23	46,872.14	69,452.13	91,476.59	112,956.79
Valor Actual Neto(VAN) (Uso de Fórmula)						\$56,131.22
VAN por medio de fórmula de Microsoft Excel						\$56,131.22
TASA INTERNA DE RETORNO						30%

2.2.3. EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA

Rentabilidad del proyecto.

Se entiende como rentable aquella inversión en la que el valor de los beneficios que proporciona es superior al de los recursos que utiliza. Para determinar la rentabilidad de una inversión, o para decidir entre varias inversiones alternativas, se emplean indicadores tales como Valor Actual Neto, Tasa Interna de Rentabilidad y Análisis de Sensibilidad.

Para el caso de la apertura de la tienda en Suchitoto, se determinaron los siguientes indicadores de rentabilidad, utilizando el siguiente cuadro de decisión:

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés a la que se invierte internamente los flujos de fondos del proyecto, mide la rentabilidad del dinero mantenido dentro de este.

Un proyecto será rentable y por lo tanto recomendable de realizar si su Tasa Interna de Retorno, es mayor que la tasa de descuento del inversionista (tasa de mercado).

Resultado:

$$30\% > 3\%^{10}$$

La conveniencia de realizar la inversión, es favorable ya que la Tasa Interna de Retorno es mayor que la Tasa de Interés del Mercado, es decir, que el uso de los recursos en inversiones alternativas rinde menos que los invertidos en el proyecto.

¹⁰ Banco Central de Reserva de El Salvador. "Tasas de Interés Promedio Ponderado Semanal". [En línea]. Cuadros Estadísticos al 17 septiembre 2010. Disponible en <<http://www.bcr.gob.sv/?x21=52>>[Consulta: 25 de septiembre de 2010].

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Consiste en actualizar los flujos incrementales estimados para un proyecto de inversión, dicho proceso se realiza con una tasa de descuento, que representa el rendimiento mínimo atractivo para la empresa.

El momento usado de referencia para calcular el criterio del VAN es el presente, es decir el momento cero o la fecha en la cual se debe tomar la decisión sobre el proyecto. Cabe destacar, que se supone que el desembolso inicial incremental también se efectúa en el momento cero, por tal motivo no es necesario descontar dicho flujo, ya que está expresado en dólares actuales.¹¹

Un proyecto es rentable para un inversionista si el VAN es mayor que cero.

- $VAN > 0 \Rightarrow$ Proyecto Rentable (realizarlo)
- $VAN < 0 \Rightarrow$ Proyecto NO Rentable (archivarlo)
- $VAN \approx 0 \Rightarrow$ Proyecto Indiferente

Resultados:

Los beneficios actualizados (\$56,131.22), son mayores que los costos actualizados (\$ 55,240), significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento (7 %¹²), por tanto, "es conveniente invertir".

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Un análisis de sensibilidad se lleva a cabo variando un elemento o combinación de elementos y determinando el efecto de ese cambio en el resultado. Dicha técnica debe

¹¹ Martínez Mejía, Víctor René., Vaquerano Amaya, José Adán. Gestión Financiera a Largo Plazo. 1ª Edición. El Salvador: UCA Editores. 2006. Pág. 60 ISBN 99923-49-59-X

¹² Tasa de interés activa hasta un año, tomada de Boletín estadístico mensual de BCR de Agosto de 2010.

utilizarse para sensibilizar el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, en un Proyecto en donde estos dependerá de factores como la cantidad de ventas, precio de ventas y los costos si estos valores resultan favorables la utilidades, la Tasa Interna obtenida y la VAN serán elevados. A la inversa, si se esperan resultados pobres, los tres serán bajos.

Para el estudio se realizaran pruebas de Análisis de sensibilidad del VAN y TIR ante cambios sobre el caso en estudio de más o menos 10%, 20%, 30%, 40% y 50%, de las variables Ingresos y Gastos Operativos.

Variaciones.

% DE CAMBIO	INGRESOS		GASTOS DE VENTA	
	VAN	TIR	VAN	TIR
-20	\$ 33,218	17%	\$ 58,109	32%
-15	\$ 38,947	20%	\$ 57,615	31%
-10	\$ 44,675	24%	\$ 57,120	31%
-5	\$ 50,403	27%	\$ 56,626	31%
0	\$ 56,131	30%	\$ 56,131	30%
5	\$ 61,859	34%	\$ 55,637	30%
10	\$ 67,588	37%	\$ 55,142	30%
15	\$ 73,316	40%	\$ 54,648	30%
20	\$ 79,044	43%	\$ 54,153	29%

Como se puede observar los cambios porcentuales en aumento y disminución del 5%, no son significativos, ya que se obtienen VAN y TIR aceptables para los cambios realizables en las variables ingresos y gastos de venta.

BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS.

Hernandez Sampieri, Roberto; Hernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. 1991 Segunda Edición. Best Seller, Metodología de la Investigación. McGRAW-Hill/interamericana Editores, S. A. De C. V. México.

Jovel Jovel, Roberto Carlos. Guía Básica para elaborar Trabajos de Investigación: Ideas prácticas para desarrollar un proceso investigativo/ Roberto Carlos Jovel Jovel. 1º Edición San Salvador, El Salvador: Editorial e Imprenta universitaria, 2008.

Martínez Mejía, Víctor René. Gestión financiera a largo plazo/Víctor René Martínez Mejía, José Adán Vaquerano Amaya. 1º Edición San Salvador, El Salvador: UCA Editores, 2006.

TESIS.

Cornejo Carranza, Claudia Marcela. Octubre 2008. “Estudio de factibilidad para la apertura de una mediana empresa dedicada a la producción y venta de pan dulce en el municipio de Soyapango, Departamento de San Salvador”. Para optar al grado de licenciada en administración de empresas.

Colato Hernández, Marco Antonio. Mayo 2003. “Diseño de un Modelo de Control Financiero para la Ejecución de Proyectos de Inversión Social que realizan las Organizaciones no Gubernamentales en el Are Metropolitana del Municipio de San

Salvador- Caso Ilustrativo, Corporación de Proyectos Comunales de El Salvador, PROCOMES” . Para optar al grado de Licenciado en administración de empresas.

Medrano Jiménez, Lissette Cristina; Rivera Piche, Julián Raymundo. Enero 2009, Estudio de Mercado de los Productos Orgánicos para el Desarrollo Sostenible de las Comunidades del Municipio de Tecoluca departamento de San Vicente y del Municipio de Zacatecoluca Departamento de la Paz ante la Crisis Alimentaria en El Salvador”, Para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas.

INTERNET.

www.fundacionlealtad.org/intranet/uploads/.../Fund%20Asoc.pdf (1 mayo de 2010)

www.fao.org/docrep/007/ae159s/AE159S04.htm (22 de abril de 2010)

www.portalplanetasedna.com.ar/ONU1.htm (22 de abril de 2010)

www.sansalvador.gob.sv/?p=745 (22 de abril de 2010)

www.suchitoto-el-salvador.com/municipio.htm (02 de mayo de 2010)

www.wisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/680-H558d (29 de abril de 2010)

www.scribd.com/doc/24952565/Trabajo-sobre-Suchitoto (12 de julio de 2009)

pdpfomilenio.org/main.php?c=1&id=95&s=4 (12 de julio de 2009)

www.bcr.gob.sv/?x21=52 (25 de septiembre de 2010).

ANEXOS

ANEXO Nº 1. RESUMEN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA

A. Tipo de Estudio

La investigación se basó en un estudio descriptivo, en el que se detalló cada elemento o situación, que contribuyó a determinar las características más importantes de la factibilidad de inversión para una organización no gubernamental en la creación de una tienda que comercialice productos artesanales, se identificaron elementos u otros fenómenos relevantes para el desarrollo del análisis y así se estableció la viabilidad del proyecto.

B. Unidad de Análisis

Los datos fueron obtenidos de dos unidades, siendo la primera los habitantes del Municipio de Suchitoto, donde se realizó el estudio de factibilidad, éstos determinaron la preferencia o aceptación de los productos artesanales por el cual conocimos la viabilidad del proyecto, y la segunda los fabricantes de estos productos, de los cuales se conoció sus expectativas y necesidades.

C. Determinación de la muestra

En la investigación se utilizó el muestreo probabilístico, en donde todos los habitantes que forman parte del universo tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados.

El cálculo de la muestra se realizó usando las fórmulas estadísticas para universos finitos en el caso de los habitantes y para universo infinito por parte de los productores, estableciendo los parámetros de probabilidad, error y nivel de confianza adecuado; de tal manera, que los resultados fueron representativos generando el número de encuestas que se realizaron en cada uno de los diferentes grupos.

Cálculo de la muestra

n= Tamaño de la muestra

Z= El nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

N= Universo

e= Margen de error

La fórmula que se utilizó para el cálculo de la muestra de los habitantes fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + Z^2 p \cdot q}$$

Se utilizó un 95% de nivel de confianza que corresponde a $Z=1.96$ bajo la curva normal, una probabilidad de éxito (p) de 0.5, que representa la proporción de habitantes potenciales a adquirir los productos artesanales y una probabilidad de fracaso (q) 0.5, la cual se estimó a los habitantes que no obtendrán los productos artesanales, en este caso existió total heterogeneidad, lo cual significó que el 50% de los encuestados pudo responder de manera afirmativa y el otro 50% en forma negativa. El margen de error (e) que se utilizó fue de 15%, ésta es la cantidad de error que se deseaba tolerar en la investigación.

La fórmula que se utilizó para el cálculo de la muestra de los productores fue la siguiente:

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (11,267)}{(0.15)^2 (11,267-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 44 \text{ habitantes}$$

Para realizar el cálculo de la muestra de los artesanos, se utilizó una población infinita; de igual manera, se utilizó un 95% de nivel de confianza que corresponde a $Z=1.96$ bajo la

curva normal, una probabilidad de éxito (p) 0.5, que corresponde a los artesanos potenciales que ofertan sus productos artesanales y una probabilidad de fracaso (q) 0.5, que representa a los artesanos potenciales que no ofertan sus productos. En este caso existió total heterogeneidad, lo cual significó que el 50% de los encuestados pueden responder de manera afirmativa y el otro 50% en forma negativa, el margen de error (e) a utilizar fue de 15%, lo cual refleja la cantidad de error permisible en la investigación:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.15)^2} = 43 \text{ Artesanos}$$

D. Universo.

La población que se tomó en cuenta en esta investigación estuvo constituida por 11,267 habitantes entre los 18 a 59 años de edad entre hombres y mujeres que residen en el Municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán. Actualmente el distrito cuenta con una población de 24.786.

E. Instrumento de Recolección de Datos.

Cuestionario.

En el cuestionario se enunciaron preguntas cerradas, abiertas y de respuestas múltiples, con el propósito de recopilar información necesaria referente al tema en estudio; por lo tanto se elaboraron dos cuestionarios, uno dirigido a posibles consumidores de artesanías y el segundo a los fabricantes de estos productos en la zona, las cuales fueron nuestras unidades de análisis.

F. Procesamiento de la Información

Se realizó la revisión, clasificación y selección de datos e información que se obtuvieron mediante los cuestionarios.

G. Análisis e Interpretación de Datos.

Se realizó análisis por medio de cuadros tabulares simples y se representaron los resultados obtenidos mediante gráficos circulares para la interpretación de los datos

ANEXO N° 2. CONCLUSIONES IMPORTANTES DE LA INVESTIGACIÓN.

1. En el Municipio de Suchitoto existen grandes oportunidades de negocios, ya que se cuenta con demanda de artesanías, por parte de los habitantes de la zona, así como de los turistas que se ven atraídos por lo atractivo de la zona.

2. Entre los factores que determinan la compra de artesanías por parte de los consumidores y que también se toman en cuenta los productores para su elaboración son calidad, precio, higiene y apariencia del producto ofrecido.

3. Existe una demanda con gran diversidad de gustos y preferencias en el mercado de artesanías, es por eso que estas se producen con variaciones individuales de color, diseño, forma de dibujo, etc., de acuerdo a las exigencias en particular complaciendo los gustos del cliente.

4. Los artesanos venden su producto dentro de un promedio de \$1.00 a \$ 5.00, este es el precio de equilibrio en la oferta y demanda de estos.

5. Los productores de artesanías no utilizan propagandas, ya que no cuentan con el recurso económico para realizarlo, sin embargo, a sus consumidores finales les hacen descuentos, a demás de la amable atención, y de la información que les brinda sobre la calidad del producto y recomendaciones del mismo.

ANEXO N° 3. CUESTIONARIO DIRIGIDO A CONSUMIDORES DE ARTICULOS ARTESANALES



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



Cuestionario dirigido a posibles consumidores de productos artesanales

Nosotros, egresados de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, solicitamos de su colaboración para responder de forma clara y objetiva las siguientes interrogantes. Cabe señalar que la información obtenida con el presente cuestionario es con fines académicos. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Objetivo: Recolectar información que nos permita evaluar el proyecto de factibilidad de inversión para una organización no gubernamental, en la apertura de una tienda que comercialice productos artesanales en el municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán.

Indicaciones: Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque la(s) respuesta que considere conveniente o complementa cuando sea necesario.

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Género

- a) Masculino
b) Femenino

2. Edad

- a) De 18 a 24 años
b) De 25 a 34 años
c) De 35 a 44 años
d) De 45 a 59 años

3. Ocupación: _____

II. CONTENIDO

4. ¿Conoce los productos artesanales?

- a) Si
- b) No

5. ¿Cual producto artesanal ha adquirido últimamente?

- a) Artesanía
- b) Dulces y reposterías
- c) Productos Textiles
- d) Bisutería

6. ¿Con que fin adquiere los productos Artesanales? Selecciones una opción.

- a) Vender
- b) Enviar a personas del exterior
- c) Consumo propio
- d) Otros

7. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a invertir en la compra de Productos Artesanal?

- a) Menos de \$ 1
- b) de \$ 1 a \$ 5
- c) de \$ 6 a \$ 10
- d) de \$ 11 a \$ 15
- e) Más de \$ 16

8. ¿En qué lugar prefiere realizar la compra de los productos artesanales? Selecciones una opción.

- a) Centro comercial
- b) Mercado
- c) Ferias artesanales
- d) Catálogo
- e) Tienda de conveniencia

9. ¿Existe alguna tienda de productos artesanales cerca de donde usted vive?

- a) Si
- b) No

10. Si su respuesta a la pregunta anterior fue el literal a) mencione la ubicación de la tienda:

11. ¿Le ofrecen algún tipo de promoción en el lugar?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es la opción a) continúe la siguiente pregunta de lo contrario pasar a la pregunta 13

12. ¿Qué tipo de promoción le ofrecen?

- a) Descuentos
- b) Productos Adicionales

13. ¿Qué factor es mas influyente para tomar la decisión de compra un producto artesanal?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Sabor
- d) Empaque
- e) Variedad
- f) Apariencia
- g) Otro

14. ¿En qué tipo de presentación prefiere los productos artesanales que consume?

- a) Con empaque
- b) Sin empaque
- c) Indiferente

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Encuestado por: _____

No. de encuesta: _____

ANEXO N° 4. CUESTIONARIO DIRIGIDO A PRODUCTORES DE ARTICULOS ARTESANALES



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



Cuestionario dirigido a fabricantes de Productos Artesanales

Nosotros, egresados de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, solicitamos de su colaboración para responder de forma clara y objetiva las siguientes interrogantes. Cabe señalar que la información obtenida con el presente cuestionario es con fines académicos. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Objetivo: Recolectar información que nos permita evaluar el proyecto de factibilidad de inversión para una organización no gubernamental, en la apertura de una tienda que comercialice productos artesanales en el municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán.

Indicaciones: Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque la(s) respuesta(s) que considere conveniente(s) o complemente cuando sea necesario.

I. IDENTIFICACIÓN

1. ¿Qué producto artesanal elabora?

- a) Artesanía
- b) Dulces y reposterías
- c) Productos Textiles
- d) Bisutería

2. ¿Dónde distribuye su producto?

- a) Centro comercial
- b) Mercado
- c) Ferias artesanales
- d) Catálogo
- e) Tienda de conveniencia

3. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en este negocio?

- a) Menos de 1 año
- b) De 1 a 4 años
- c) De 5 a 8 años
- d) Mas de 8 años

4. ¿A cuántos trabajadores da empleo?

- a) No posee trabajadores
- b) De 1 a 4 Trabajadores
- c) De 5 a 8 Trabajadores
- d) Más de 8 Trabajadores

II. CONTENIDO

5. ¿Cuál es el precio promedio de los productos que ofrece o artículos que elabora?

- a) Menos de \$ 1
- b) de \$ 1 a \$ 5
- c) de \$ 6 a \$ 10
- d) de \$ 11 a \$ 15
- e) Más de \$ 16

6. Seleccione de las siguientes características, la que considere que diferencia su producto de la competencia.

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Sabor
- d) Empaque
- e) Variedad
- f) Apariencia
- g) Higiene
- h) Otro _____

7. ¿Qué factores considera a la hora de determinar los precios?

- a) Costos de producción
- b) Precios de la competencia
- c) Margen de utilidad
- d) Calidad en la materia prima
- e) Demanda
- f) Otro _____

8. De acuerdo al costo y al precio de venta ¿Que porcentaje de ganancia obtiene en la venta de su producto?

- a) Menos del 25%
- b) Entre el 26% - 50%
- c) Entre el 51% - 75%
- d) Mas del 76%

9. ¿A quiénes ofrece algún tipo de promoción?

- a) Consumidor Final Si No _____
- b) Detallistas Si No _____
- c) Ambos Si No _____

10. ¿Ha pensado en ampliarse y producir más?

- a) Si
- b) No

11. ¿Posee algún tipo de recurso financiero o Económico?

- a) Capital Propio
- b) Préstamos
- c) Ambos

12. ¿Posee capital para realizar algún tipo de propaganda?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a los productores artesanales?

- a) Falta de capital de trabajo
- b) Poco apoyo al sector
- c) Mucha oferta y poca demanda

14. ¿Ha pensado alguna vez en dejar de elaborar su producto?

- a) Si
- b) No

15. ¿Estaría dispuesto a trabajar en forma asociada con organizaciones que apoyan a los productores y distribuidores de artículos artesanales?

- a) Si
- b) No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Encuestado por: _____
No. de encuesta: _____

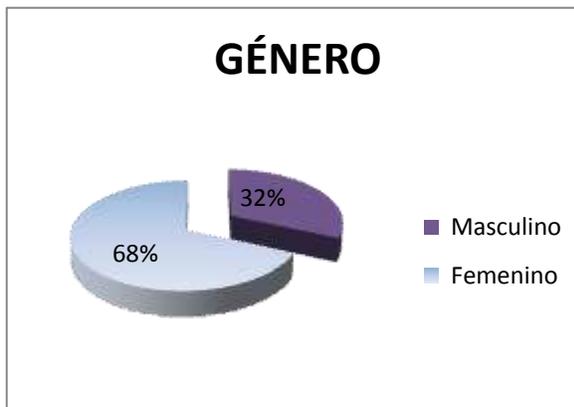
ANEXO N° 5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A CONSUMIDORES

I. Datos de Identificación

Objetivo: Conocer el género, edad y ocupación de los potenciales consumidores del municipio de Suchitoto.

1. Género

GÉNERO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	14	32%
Femenino	30	68%
TOTAL	44	100%

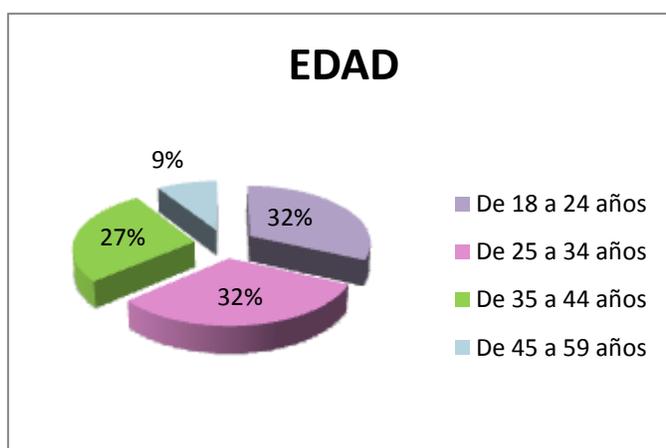


Comentario:

El género más diferenciado en el mercado consumidor de productos artesanales en el Municipio de Suchitoto es el femenino con un 68%, esto se debe a que usualmente son las mujeres quienes realizan las compras en el hogar.

2. Edad

EDAD		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 18 a 24 años	14	32%
De 25 a 34 años	14	32%
De 35 a 44 años	12	27%
De 45 a 59 años	4	9%
TOTAL	44	100%



Comentario:

En los rangos de los 18 a 24 y de 25 a 34 años de edad se da un mayor porcentaje siendo este de 32%, seguido por el rango comprendido de 35 a 44 años con un 27%. Esto indica que son los jóvenes y los adultos mayores quienes son el mercado potencial para los productos artesanales.

3. Ocupación

OCUPACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maestro	2	5%
Arquitecto	1	2%
Comerciante	1	2%
Ama de casa	8	18%
Secretaria	2	5%
Contador	4	9%
Estudiante	13	30%
Abogado	3	7%
Agricultor	2	5%
Obrero	1	2%
Zapatero	1	2%
Oficios varios	6	14%
TOTAL	44	100%



Comentario:

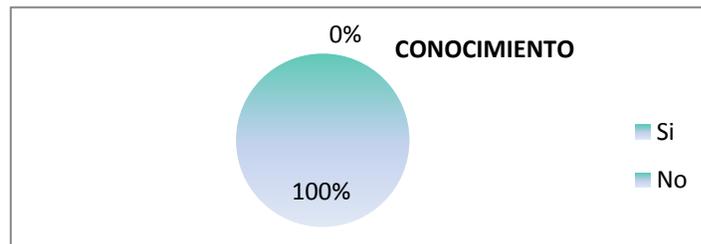
Se observa que son los estudiantes quienes más adquieren los artículos artesanales representando un 30% ya que dentro de la variedad de artículos se encuentran bisutería y accesorios que les son atractivos, otro fragmento con más representatividad es el de las amas de casa quienes gustan de adquirir diferentes artículos artesanales que sean de utilidad para el hogar. Los porcentajes minoritarios destacan la diversidad de ocupaciones que se encuentran dentro de los potenciales consumidores.

II. Contenido

4. ¿Conoce los productos artesanales?

Objetivo: Identificar si conocen el concepto de productos artesanal.

CONOCIMIENTO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	100%
No	0	0%
TOTAL	44	100%



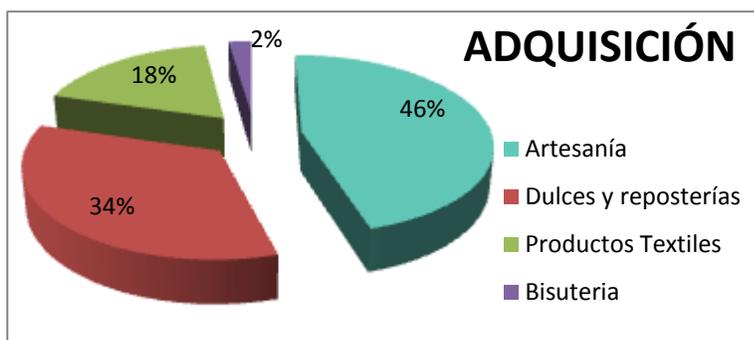
Comentario:

El 100 % de las personas encuestados conocen los productos artesanales, las que se asumen que serian un mercado potencial.

5. ¿Cuál producto artesanal ha adquirido últimamente?

Objetivo: Conocer que clasificación de producto artesanal forma parte de la preferencia de los consumidores.

ADQUISICIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanía	20	46%
Dulces y reposterías	15	34%
Productos Textiles	8	18%
Bisutería	1	2%
TOTAL	44	100%



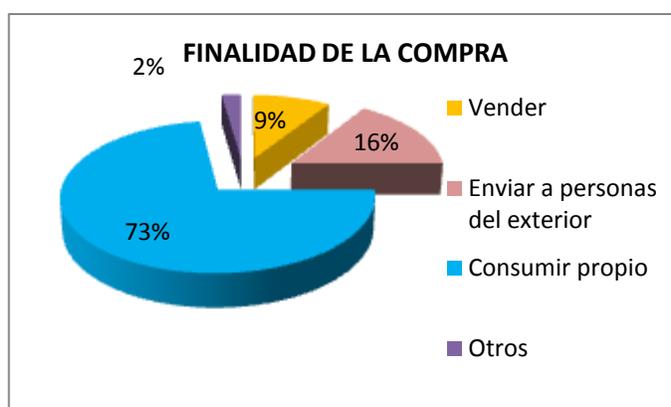
Comentario:

Se observa que en mayor porcentaje se encuentran las artesanías (De lata, madera, barro, etc.) con un 46%, seguido por los dulces y reposterías (Diferentes comestibles a base de frutas). El 18% lo forman los productos textiles (manta, añil, bordados, etc.) Por lo que existe una demanda con diversidad de gustos y preferencias en el mercado de productos artesanos.

6. ¿Con que fin adquiere los productos Artesanales?

Objetivo: Conocer la finalidad por la que se adquieren los productos artesanales.

FINALIDAD		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vender	4	9%
Enviar a personas del exterior	7	16%
Consumir propio	32	73%
Otros	1	2%
TOTAL	44	100%



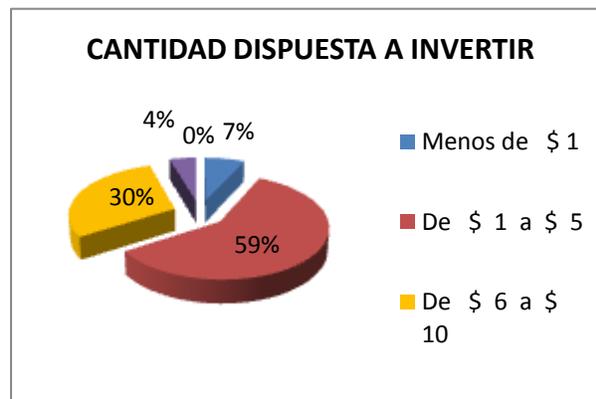
Comentario:

El 73 % de las personas encuestadas expresó que adquiere para consumo propio lo que indica la aceptación de la población por los productos elaborados en la zona o en el país, un 16% los envía al extranjero y el 9% obtiene ingresos por medio de la venta de estos y el 2% es adquirido para otros fines como lo podría ser regalar.

7. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a invertir en la compra de Productos Artesanal?

Objetivo: Conocer la capacidad de adquisición que poseen las personas encuestadas por medio de la cantidad que están dispuestas a invertir en la compra de un producto artesanal.

CANTIDAD DISPUESTA A INVERTIR		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$ 1	3	7%
De \$ 1 a \$ 5	26	59%
De \$ 6 a \$ 10	13	30%
De \$ 11 a \$ 15	2	5%
Más de \$ 16	0	0%
TOTAL	44	100%



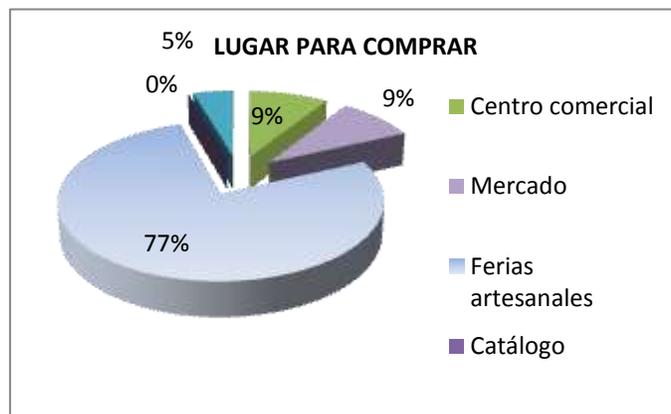
Comentario:

De acuerdo a la distribución entre los más representativos se encuentran el 59% de los encuestados que están dispuestos a invertir de cinco a ocho dólares en la compra de productos artesanales y un 30% de seis a diez, lo que se considera aceptable dependiendo del tipo de artículos que se adquiera. Ninguna persona de las que forman la muestra estaría dispuesta a invertir más de 16 dólares, podría deberse a la dificultad económica actual.

8. ¿En qué lugar prefiere realizar la compra de los productos artesanales?

Objetivo: Conocer la localidad en la que prefieren realizar la compra de los productos

LUGAR PARA COMPRAR		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro comercial	4	9%
Mercado	4	9%
Ferias artesanales	34	77%
Catálogo	0	0%
Tienda de conveniencia	2	5%
TOTAL	44	100%



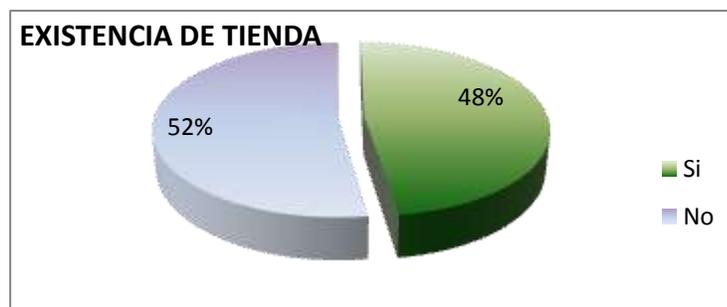
Comentario:

Se observa en la gráfica un 77% opino que prefiere adquirir los productos artesanales en ferias posiblemente por que obtienen mayor variedad, en mercados y centros comerciales un 9% y en tiendas de conveniencia un 5%.

9. ¿Existe alguna tienda de productos artesanales cerca de donde usted vive?

Objetivo: Conocer la oferta existente y la posible competencia que se afrontaría.

EXISTENCIA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	21	48%
No	23	52%
TOTAL	44	100%



Comentario:

Del total de consumidores encuestados el 52% manifestó no existe una tienda cerca de su casa, mientras que un 48% opino que si, sin embargo, esto no significa que adquieran el producto en dichas tienda ya que en algunas veces no atraen su atención.

10. Ubicación de la tienda

Objetivo: conocer la ubicación de la tienda

UBICACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Central de Suchitoto	13	62%
Lago Suchitlán	2	10%
Jicambu Sichi-lamora	2	10%
Otros	4	19%
TOTAL	21	100%



Comentario:

Entre los lugares principales se encuentra parque central Suchito con un 62% que seria una ubicación estrategica para ubicar la tienda ya que muchas personas acuden a ese lugar, lago de Suchitlan con un 19% que es otro lugar muy visitado.

11. ¿Le ofrecen algún tipo de promoción al momento de comprar artículos artesanales?

Objetivo: Conocer si les proporcionan algún tipo de promoción en la compra de productos artesanales.

OBTIENEN PROMOCION		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	14	32%
No	30	68%
TOTAL	44	100%



Comentario:

Según la opinión un 68% no ha recibido ninguna promoción en la compra de productos artesanales y un 32% si, lo que sería una oportunidad para ofrecer novedosas promociones al momento de realizar la estrategia de mercado.

12. ¿Qué tipo de promoción le han ofrecido al momento de comprar artículos artesanales?

Objetivos: Conocer el tipo de promoción que les ofrecen al adquirir productos artesanales.

PROMOCION	
ALTERNATIVA	FRECUENCIA
Descuentos	12
Productos adicionales	2
TOTAL	14



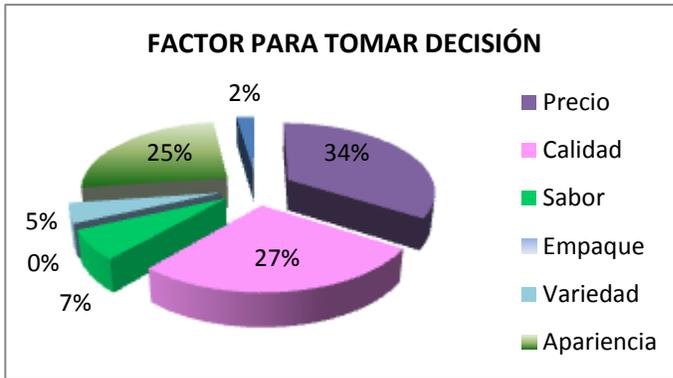
Comentario:

En la pregunta anterior catorce personas afirmaron que reciben promoción en la compra de productos artesanales, resultando que 12 de 14 personas reciben un descuento en el precio de los artículos que compran, mientras que 2 de 14 reciben productos adicionales.

13. ¿Qué factor es más influyente para tomar la decisión de compra un producto artesanal?

Objetivo: Conocer el factor más predominante para los consumidores al momento de tomar la decisión de comprar un producto.

FACTOR PARA TOMAR DECISIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	15	34%
Calidad	12	27%
Sabor	3	7%
Empaque	0	0%
Variedad	2	5%
Apariencia	11	25%
Otro	1	2%
TOTAL	44	100%



Comentario:

Dentro de los factores que atraen más a los consumidores se encuentra el precio ya que cuenta con un 34%, otro importante es el la calidad, lo que muestra que los clientes lo que buscan es un buen producto que reúna esta característica. Así mismo, un 25% mencionan otros factores como la apariencia.

14. ¿En qué tipo de presentación prefiere los productos artesanales que consume?

Objetivo: Conocer la presentación que prefieren los clientes de productos artesanales.

PRESENTACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con empaque	17	39%
Sin empaque	8	18%
Indiferente	19	43%
TOTAL	44	100%



Comentario:

En lo que se refiere a la presentación del producto, el 43% de los consumidores le es indiferente, el 39% dijo preferirlo con empaque y un 18% e manifestó que prefiere sin empaque. Lo que nos muestra que los consumidores no consideran la presentación como un factor determinan.

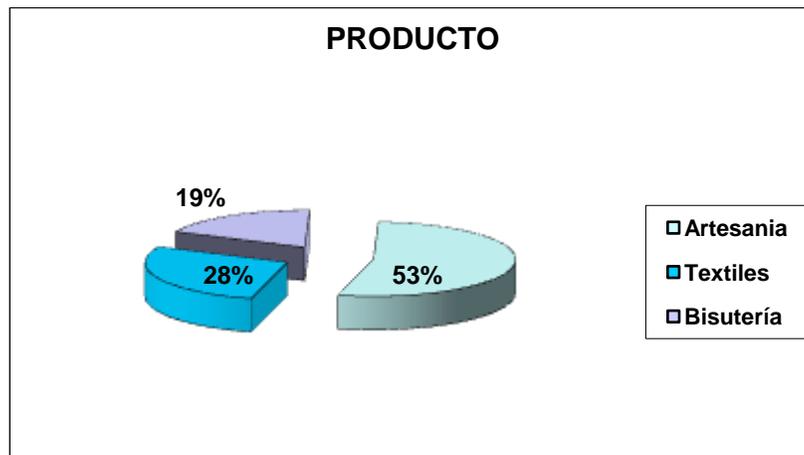
ANEXO N° 6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE CUESTIONARIO DIRIGIDO A FABRICANTES DE PRODUCTOS ARTESANALES.

I. Identificación

1. ¿Qué producto artesanal elabora?

Objetivo: Conocer que producto artesanal elaboran los artesanos.

PRODUCTO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Artesanías	23	53%
b. Dulces y Repostería	0	0%
c. Productos Textiles	12	28%
d. Bisutería	8	19%
TOTAL	43	100%



Comentario:

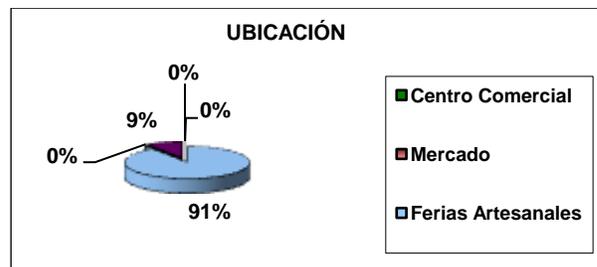
La mayoría de los artesanos encuestados fabrican una diversidad de productos, concentrándose el 53% del total de la muestra en la fabricación de productos artesanales elaborados con madera, barro y lata. Seguido por un 28%, de productos a base de añil y

manta con los que se confecciona vestidos, bolsos, mantas, etc. Y finalmente la bisutería que consiste en la elaboración de joyas elaboradas a base de piedras preciosas, alambre, semilla, ninfa, entre otros materiales.

2. ¿Dónde distribuye su producto?

Objetivo: Identificar el lugar de distribución del producto.

UBICACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Centro comercial	0	0%
b) Mercado	0	0%
c) Ferias artesanales	39	91%
d) Catálogo	0	0%
e) Tienda de conveniencia	4	9%
TOTAL	43	100%



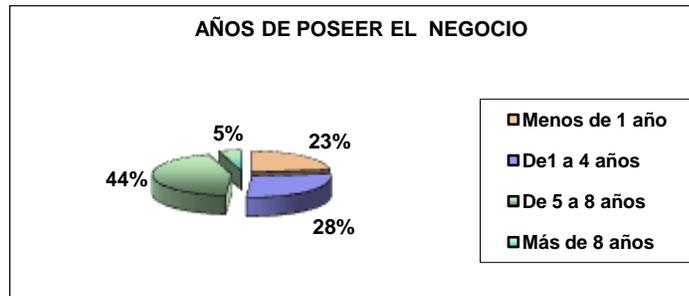
Comentario:

Los artesanos en su mayoría buscan lugares estratégicos para la distribución de sus productos; como se determina a continuación, según la muestra tomada, el 91% de los artesanos respondieron que distribuían sus productos en ferias artesanales debido al auge que están teniendo en el Municipio, quedando un restante 9% que están ubicado en los alrededores en un establecimiento específico como tiendas de venta.

3. ¿Cuánto tiempo tiene de estar en este negocio?

Objetivo: Conocer el tiempo que poseen los fabricantes de productos artesanales en el negocio

AÑOS DE POSEER EL NEGOCIO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de 1 año	10	23%
b) De 1 a 4 años	12	28%
c) De 5 a 8 años	19	44%
d) Mas de 8 años	2	5%
TOTAL	43	100%



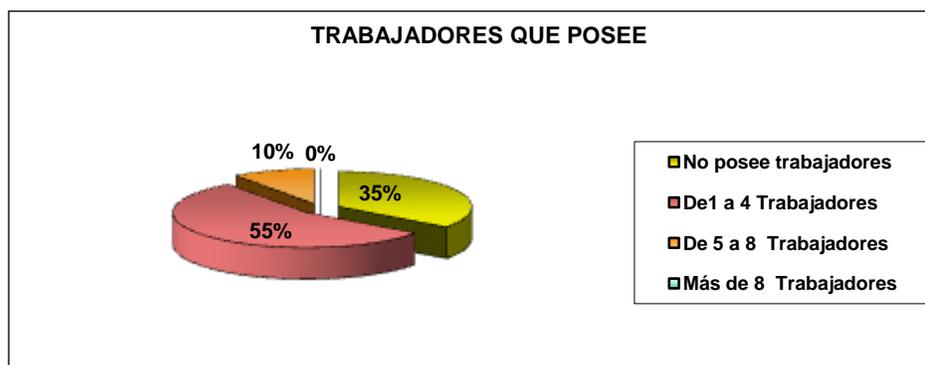
Comentario:

Se observa el tiempo que poseen los fabricantes de productos artesanales en el negocio, es relativamente uniforme, debido a que un 44%, poseen entre 5 y 8 años de realizar la elaboración de este tipo de producto, indicando que esta es la única fuente de ingresos que han poseen en estos años. El 28% de 1 a 4 años y un año un 23% y finalmente un pequeño 5% lleva más de 8 años.

4. ¿A cuántos trabajadores da empleo?

Objetivo: Conocer si los productos artesanales son fuente de empleo.

TRABAJADORES QUE POSEE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No posee Trabajadores	14	35%
b) De 1 a 4 Trabajadores	23	55%
c) De 5 a 8 Trabajadores	4	10%
d) Mas de 8 Trabajadores	0	0%
TOTAL	43	100%



Comentario:

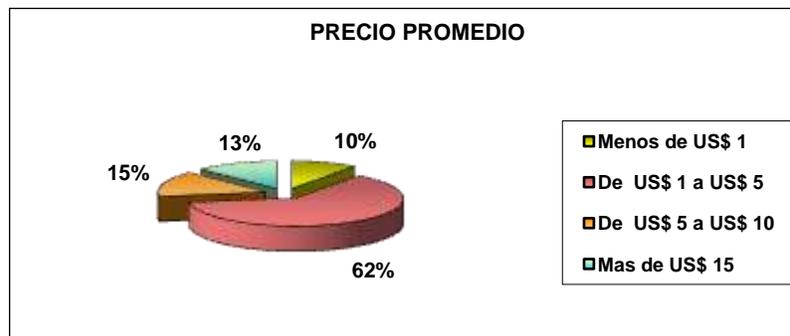
La mayoría de negocios artesanales ubicados en la zona, son familiares por lo que son atendidos en su mayoría por los dueños, el 55% manifestó que poseen de uno a cuatro trabajadores, un 35% no poseen trabajadores, mientras que un 10% posee de cinco a ocho trabajadores.

II. Contenido

5. ¿Cuál es el precio promedio de los productos que ofrece o artículos que elabora?

Objetivo: Evaluar los precios que los artesanos ofrecen en el mercado.

PRECIO PROMEDIO.		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos de US \$ 1	4	10%
b) De US \$ 1 a US \$ 5	25	62%
c) De US \$ 6 a US \$ 10	6	15%
d) Más de US \$ 10	5	13%
TOTAL	43	100%



Comentario:

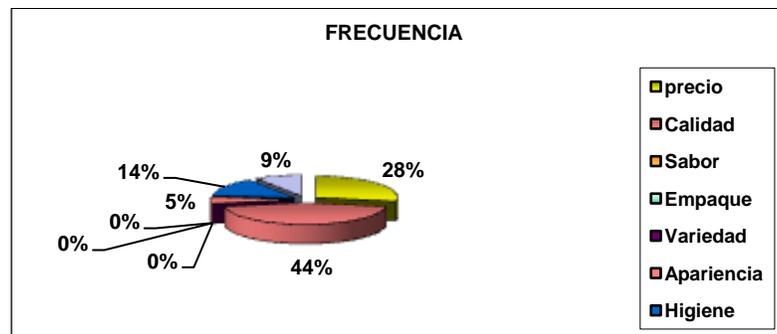
Los productos artesanales poseen una fabricación detallada y minuciosa dependiendo de lo que se espere crear, van desde pequeños detalles hechos con barro hasta grandes hamacas elaboradas con preciosos acabados, por lo que los precios van dependiendo de la materia prima y del trabajo que posee el producto. De la muestra tomada los precios de los productos ofrecidos al mercado el 63% le da a sus consumidores productos entre US\$ 1 y US\$ 5, que van desde adornos, bisutería, monederos, entre otros, seguido de un 15% que ofrece productos entre US\$ 6 y US\$ 10, que corresponde a carteras, bolsos y un 13%

que ofrece sus productos entre a mas de U\$ 10, que son hamacas y productos textiles. Finalmente un 10% que ofrece sus productos a menos de US\$ 1 que son básicamente pulseras y llaveros.

6. Seleccione de las siguientes características, la que considere que diferencia su producto de la competencia.

Objetivo: Conocer como determinan los fabricantes sus productos dentro de la oferta de mercado.

CARACTERÍSTICAS		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Precio	12	28%
b) Calidad	19	44%
c) Sabor	0	0%
d) Empaque	0	0%
e) Variedad	0	0%
f) Apariencia	2	5%
g) Higiene	6	14%
h) Otro __	4	9%
Total	43	100%



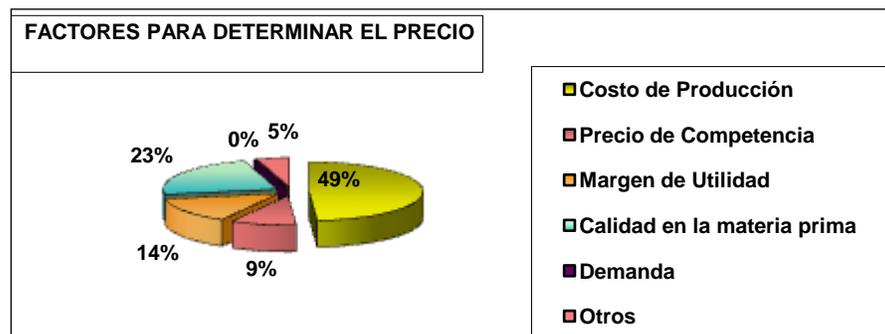
Comentario:

Los artesanos clasifican sus productos dentro de un margen determinado dependiendo de lo que ofrezcan al mercado, en la muestra tomada, se determina que el 44% distingue su producto de los demás por la calidad que posee; un restante un 28% manifestó que sus productos se caracterizan por poseer el mejor precio, un 14% la higiene del producto, un 9% contestó que otras características tales como: Autenticidad, cantidad, entre otras, mientras que un 5% la apariencia del producto.

7. ¿Qué factores considera a la hora de determinar los precios?

Objetivos: conocer los factores que determinan el precio del producto.

FACTORES PARA DETERMINAR EL PRECIO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Costos de producción	21	49%
b) Precios de la competencia	4	9%
c) Margen de utilidad	6	14%
d) Calidad en la materia prima	10	23%
e) Demanda	0	0%
f) Otro	2	5%
TOTAL	43	100%



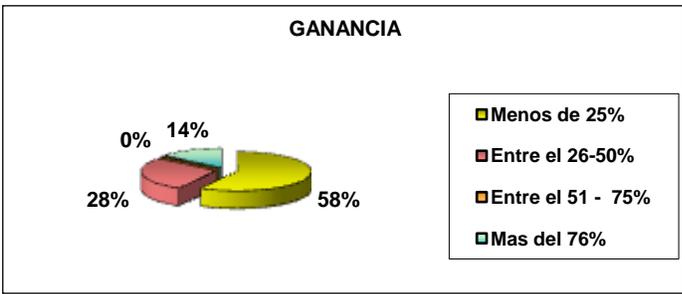
Comentario:

Los productos artesanales son elaborados detalladamente y se ven íntimamente relacionados con factores que influyen a la determinación de los precios, del total de encuestas realizadas, se determino que un 47% considera que el factor que más influye para determinar el precio de un producto es el costo de producción, un 24% opino que la calidad de la materia prima es más importante porque depende de la calidad de los materiales así es el precio, un 14% considera que el margen de utilidad es el factor más influyente porque el precio depende de lo que el artesano desea obtener de ganancia, mientras que un 10% argumenta de que el precio de la competencia influye directamente para determinar el valor del producto y un 5% la demanda del producto permite ofertar a un mayor o menor precio dependiendo de las exigencias de los consumidores.

8. De acuerdo al costo y al precio de venta ¿Qué porcentaje de ganancia obtiene en la venta de su producto?

Objetivo: Conocer el porcentaje de ganancia obtenido de la venta del producto de productos.

GANANCIA.		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Menos del 25%	25	58%
b) Entre el 26% - 50%	12	28%
c) Entre el 51% - 75%	0	0%
d) Mas del 76%	6	14%
TOTAL	43	100%



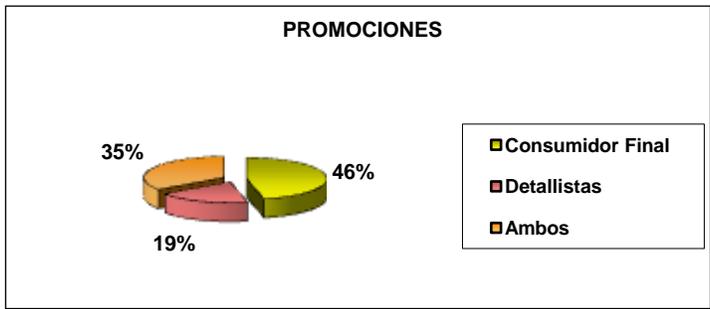
Comentario:

Al producir algún artículo se busca conocer cuál es la utilidad que generara la producción de este, para el caso de los artesanos el 57%, de las ganancias obtenidas por la producción se están concentrada en menos de un 25%, seguido de un 29% que obtienen una utilidad entre el 26% y 50%, y un 14% su ganancia es del 76%.

9. ¿A quiénes ofrece algún tipo de promoción?

Objetivo: Conocer si los artesanos poseen promoción y a quienes van dirigidas.

PROMOCIONES.		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Consumidor Final	20	46
b) Detallistas	8	19
c) Ambos	15	35
TOTAL	43	100%



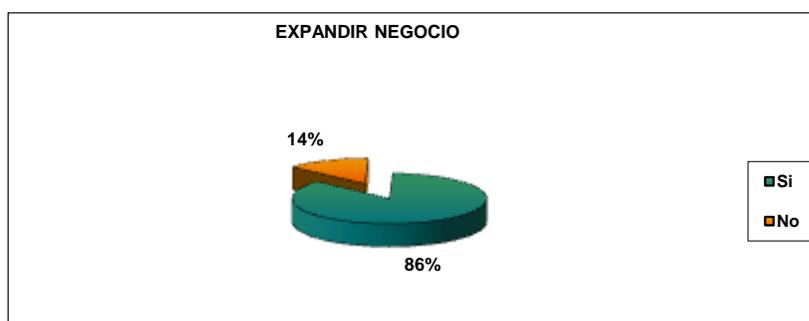
Comentario:

Las promociones son la clave para impulsar a los consumidores a adquirir un producto, en las encuestas realizadas un 50% manifiesta que proporcionan en su mayoría promociones a consumidor final, tales como descuentos, premios en globos, entre otros y un 8% a detallistas que consisten principalmente a descuentos, finalmente un 33% que realiza ventas directas a consumidores y detallistas por lo que le ofrece ha ambos promociones.

10. ¿Ha pensado en expandir su negocio y producir más?

Objetivo: Conocer el interés o la disposición que tienen los artesanos del municipio en expandir su negocio y producir más.

EXPANDIR NEGOCIO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	37	86
b. No	6	14
TOTAL	43	100%



Comentario:

La razón de ser o el objetivo principal de un comerciante y/o productor es buscar la expansión de su negocio o la apertura de nuevos mercados, en las encuestas los artesanos manifiestan en un 86% que están interesadas expandir su negocio y producir más, mientras que un 14% opino que no lo habían considerado por lo limitado del mercado.

11. ¿Posee algún tipo de recurso financiero o Económico?

Objetivo: Conocer si los artesanos poseen recursos financieros o económicos para expandirse o aperturas de nuevos mercados.

RECURSOS PARA EXPANDIRSE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Capital Propio	14	33%
b) Préstamos	25	58%
c) Ambos	4	9%
TOTAL	43	100%



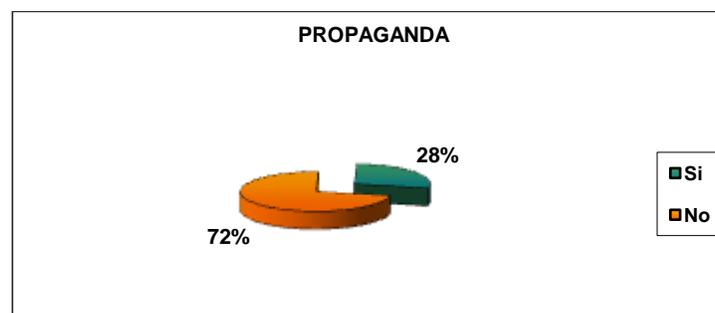
Comentario:

Para realizar una expansión o apertura del mercado artesanal, los productores de artesanías deben de valerse de capital, por lo q se noto que los artesanos encuestados para expandirse se valen de préstamos en un 57%; mientras que un 33%, utilizaría capital propio y finalmente un 10% utilizan ambos recursos.

12. ¿Posee capital para realizar algún tipo de propaganda?

Objetivo: Conocer el capital que poseen para realizar propaganda.

PROPAGANDA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	12	28%
b. No	31	72%
TOTAL	43	100%



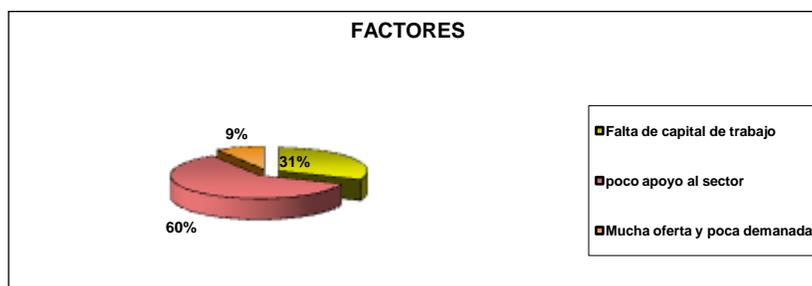
Comentario:

Las compañías para aumentar sus ventas utilizan propagandas que impulsa al consumidos a adquirir sus productos, ya sea dando a conocer su producto y ofreciendo promociones. Del numeró total de encuestados el 71% opinó que no posee ningún capital para realizar propaganda, mientras que un 29% no lo posee. Haciendo notar que los productores no poseen un recuso de suma importancia para incentivar sus ventas.

13. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a los productores artesanales?

Objetivo: Conocer los principales factores que afectan a los productores artesanales.

FACTORES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Falta de capital de trabajo	27	60%
b) Poco apoyo al sector	10	31%
c) Mucha oferta y poca demanda	6	9%
TOTAL	43	100%



Comentario:

Un 60% manifestaron que la falta de capital del trabajo es uno de los factores que afecta para invertir y producir más, un 31% opina que existe poco apoyo al sector y un 9% opinan que existe mucha oferta y poca demanda del producto.

14. ¿Ha pensado alguna vez en dejar de elaborar su producto?

Objetivo: conocer si han pensado en dejar de elaborar el producto.

ELABORACION DE PRODUCTOS		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	10	77%
b. No	33	23%
TOTAL	43	100%



Comentario:

De un 76% opinaron que no dejaran de producir su producto aunque sea en pocas proporciones ya que es su fuente de ingreso, y un 24% manifestaron que si lo han pensado debido a que hay épocas en que disminuye sus ventas.

15. ¿Estaría dispuesto a trabajar en forma asociada con organizaciones que apoyan a los productores y distribuidores de artículos artesanales?

Objetivo: Conocer la disposición de los artesanos de trabajar con asociaciones.

DISPOSICIÓN DE TRABAJAR CON ASOCIACIONES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Si	43	100%
b. No	0	0%
TOTAL	43	100%



Comentario:

El 100% manifestó que les gustaría asociarse con organizaciones no gubernamentales para poder comercializar sus productos.